

“We do not profit from misinformation or hate” – valvontakapitalistinen
vastuullisuuden ideologia Big Tech-yhtiöiden vastuullisuusdiskurssien
taustalla

Joel Hänninen

Pro gradu -tutkielma

Johtaminen

Yhteiskuntatieteiden tiedekunta

Lapin yliopisto

2021

TIIVISTELMÄ

Työn nimi: “We do not profit from misinformation or hate” – valvontakapitalistinen vastuullisuuden ideologia Big Tech-yhtiöiden vastuullisuusdiskurssien taustalla
Tekijä: Joel Hänninen
Tutkinto-ohjelma/oppiaine: Yhteiskuntatieteiden tiedekunta, johtaminen
Työn laji: Pro gradu -tutkielma X Lisensiaatintyö _
Sivumäärä: 104
Vuosi: 2021

Tiivistelmä:

Yhdysvaltalaisien teknologiayhtiöiden yhteiskuntavastuu on noussut ajankohtaiseksi puheenaiheeksi viime vuosina, ja viranomaisten ohella aiheeseen ovat tarttuneet myös kriittiset tutkijat. Shoshana Zuboff on tarjonnut Big Tech-yhtiöiden - Googlen, Facebookin, Amazonin ja Applen - toiminnan kuvaamiseksi käsitettä valvontakapitalismi. Siinä käyttäjien käyttäytymisdata kaapataan voiton ja käyttäytymisennusteiden muodostamiseksi. Valvontakapitalismia ei ole kuitenkaan toistaiseksi tutkittu kriittisen yhteiskuntavastuun ja ideologiakritiikin lähtökohdista. Tutkimukseni paikkaa tätä aukkoa esittämällä, että yhtiöiden menestys jatkuvasta arvostelun kohteena olemisesta huolimatta pohjautuu sekä valvontakapitalistiseen toimintalogiikkaan että vastuullisuuteen ja ideologiaan.

Tutkimukseni edustaa kriittistä johtamis- ja organisaatiotutkimusta. Se asemoituu kriittiseen tieteenfilosofiaan, jossa yhteiskunnallista todellisuutta tarkastellaan sosiaalisesti rakentuneena, huomioimalla vallan ja ideologian kysymykset, monimutkaiset riippuvuudet ja historiallinen konteksti. Tällä tieteenfilosofialla pyrin ylittämään normatiiviset ja positivistiset käsitykset, joita tutkittavaan ilmiöön muutoin voi liittyä.

Aineistoni koostuu kahden yhdysvaltalaislehden uutisartikkeleista vuosilta 2019-2020. Artikkelit koskevat Big Tech-yhtiöiden vastuullisuutta Yhdysvaltain edustajainhuoneen lakivaliokunnan selvityksen kontekstissa. Menetelmänäni on kriittinen diskurssianalyysi, ja etsin aineistosta yhtiöiden toiminnasta rakentuvia vastuullisuusdiskursseja. Analyysin tuloksena esiin nousee kolme vastuullisuusdiskurssia: *vaurauden jakaminen*, *välittäminen* ja *arvojohtajuus*. Esitän, että diskurssit muodostavat kokonaisuuden, jota voi kutsua *valvontakapitalistiseksi vastuullisuuden ideologiaksi*. Sen avulla yhtiöt oikeuttavat ja toisintavat toimintalogiikkaansa, häivyttämällä todelliset sosioekonomiset suhteet. Sovellan Slavoj Žižekin käsitettä *ideologinen fantasia* ja osoitan, kuinka vastuullisuuden ideologia vaikuttaa siihen, että käyttäjät jatkavat yhä yhtiöiden alustojen käyttöä, vaikka he tietäisivätkin, että vastuullisuus rakentuu pelkälle illuusiolle.

Tutkimukseni tulokset heijastelevat kriittisen yhteiskuntavastuun ja kriittisen teorian käsityksiä vastuullisuudesta ja ideologiasta valta-asetelmien ja vallitsevan sosiaalisen todellisuuden uusintajana. Tutkimukseni kontribuoi sekä kehkeytyvään digitaaliseen talouteen koskevaan johtamis- ja organisaatiotutkimukseen että yhteiskuntavastuun tutkimukseen tuomalla esille tarpeen vastuullisuuden ja ideologian välisen kytköksen tarkastelemiselle, ja vastuullisuuden kriittiselle uudelleenarvioinnille.

Avainsanat: valvontakapitalismi, digitaalinen talous, big tech, kriittinen teoria, yhteiskuntavastuu, kriittinen diskurssianalyysi, ideologia.

Muita tietoja:

Suostun tutkielman luovuttamiseen kirjastossa käytettäväksi X
Suostun tutkielman luovuttamiseen Lapin maakuntakirjastossa käytettäväksi ____

Sisällysluettelo

1 Johdanto	5
1.1 Johdatus tutkimusaiheeseen	5
1.2 Tutkimusasetelma ja tutkimuskysymykset	11
1.3 Tutkimuksen rakenne	14
2 Teoreettinen viitekehys	15
2.1 Valvontakapitalismi ja digitaalinen talous	16
2.1.1 Valvontakapitalismi	16
2.1.2 Big data	20
2.1.3 Digitaalisen talouden kritiikki	23
2.2 Kriittinen tutkimustraditio	26
2.2.1 Frankfurtin koulukunta ja kriittisen teorian synty	26
2.2.2 Myöhempi kriittinen teoria	30
2.3 Kriittisiä näkymiä vastuullisuuteen	34
2.3.1 Valtavirtainen yritysten yhteiskuntavastuun tutkimus	34
2.3.2 Kriittinen yritysten yhteiskuntavastuu	37
2.4 Teoreettisen viitekehysten yhteenveto	41
3 Tutkimuksen menetelmälliset lähtökohdat	43
3.1 Diskurssintutkimus	43
3.2 Kriittinen diskurssianalyysi	47
3.3 Aineiston esittely ja analyysiprosessi	51
3.4 Tutkimuksen luotettavuus ja tutkijapositio	54
4 Uutisaineistosta identifioitunut vastuullisuusdiskurssit	55
4.1 Vaurauden jakaminen: Big Techillä on valta jakaa taloudellista hyvinvointia ja vaurautta	55
4.2 Välittäminen: Big Tech valvoo käyttäjien intressien toteutumista	64
4.3 Arvojohtajuus: Big Tech edistää vastuullisia arvoja	72
5 Johtopäätökset	80
5.1 Diskurssien kriittinen luenta	81
5.2 Vastuullisuusdiskursseista vastuullisuuden ideologiaan: kriittisen analyysin yhteenveto	87
5.3 Anti kriittiselle organisaatiotutkimukselle	90
5.4 Jatkotutkimusaiheet	92
Lähdeluettelo	94

Kuvat ja taulukot

- Kuva 1 Markkina-arvoltaan suurimmat listatut yhtiöt vuosina 2005, 2020; s. 7.
- Kuva 2 Instrumentarismien vertailua totalitarismiin; s. 19.
- Kuva 3 Kriittisen yhteiskuntavastuun tutkimuksen sijoittuminen yhteiskuntatieteellisessä tutkimuksessa; s. 38.
- Kuva 4 Tutkimuksen teoreettinen viitekehys; s. 42.
- Kuva 5 Kolmiulotteinen malli diskurssista; s. 45.
- Kuva 6 Kriittisen diskurssianalyysin viitekehys tutkimuksessa; s. 50.
- Kuva 7 Valvontakapitalistisen vastuullisuuden ideologian muodostuminen; s. 88.

Taulukko 1 Eri tieteenfilosofioiden lähtökohdat; s. 26.

Taulukko 2 Diskurssi ja diskurssit; s. 46.

Tutkielman otsikon lainaus aineistoviitteestä LERM-30-07-20.

Suorat lainaukset ovat lähtökohtaisesti itse kääntämiäni.

1 Johdanto

1.1 Johdatus tutkimusaiheeseen

Facebook on osa teollisuutta, joka on muuttanut maailmaa. -- Miljoonat amerikkalaiset käyttävät palveluitamme --, [jotka] luovat paljon arvoa ihmisten elämiin, ja liiketoimintamallimme tarkoittaa sitä, että voimme tarjota niitä ilmaiseksi. -- Luomme teknologiaa mahdollistaaksemme yhteisen hyvän. -- Mikäli jatkamme uusiin ideoihin sijoittamista ja laajempien yhteiskunnallisten vastuiden täyttämistä, olen toiveikas, että jatkamme menestymistä --. (Zuckerberg 2020.)

Globaalin vastuullisuuden uusi eetos esiintyy [valheellisesti] kykeneväisenä laittamaan kapitalismin töihin yhteisen hyvän edistämisen tehokkaimpana välineenä. Kapitalismin perustana oleva ideologinen *dispositif* -- ”välineellinen järki” -- erotetaan sen konkreettisista sosioekonomisista olosuhteista (kapitalistisista tuotantosuhteista) ja kuvitellaan itsenäiseksi -- ”eksistentiaaliseksi” ajatustavaksi --, joka *jättää nämä nimenomaiset kapitalistiset suhteet koskemattomiksi*. (Žižek 2009, 35, kursivointi alkuperäisessä).

Edeltävät kaksi sitaattia koskevat yritysten yhteiskuntavastuuta, mutta niiden välillä on olennainen näkökulmaero. Ensiksi mainittu on katkelma Facebookin toimitusjohtaja Mark Zuckerbergin lausunnosta, jonka hän piti Yhdysvaltain edustajainhuoneen lakivaliokunnan kuulemisessa heinäkuussa 2020. Katkelmassa Zuckerberg esittää, että Facebookin toiminta mahdollistaa yhteiskunnallisen hyvän toteutumisen, ja että Facebookin vastuullinen toiminta on osa sen menestystä. Valiokunnan kuulemiseen, joka on osa laajempaa selvitysprosessia, osallistuivat myös Googlen, Amazonin ja Applen toimitusjohtajat. Näiden digijättien - *Big Techin* - toimien vastuullisuus on herättänyt paljon keskustelua: huomiot ovat koskeneet esimerkiksi käyttäjien datan väärinkäyttöä, yhtiöiden liialliseksi paisunutta valtaa, niiden kykyä hotkaista pienemmät kilpailijat ja ohittaa demokraattisia prosesseja.

Jälkimmäinen sitaatti puolestaan on slovenialaiselta kulttuurikriitikko ja filosofi Slavoj Žižekiltä. Katkelmassa Žižek tulkitsee ajankohtaista vastuullisuuskeskustelua ja kritisoi sitä, että ratkaisuna globaaleihin ongelmiin esitetään ”sosiaalisesti vastuullista ekokapitalismia” (Žižek 2009, 34). Tähän lähtökohtaan nojaava vastuullisuuspuhe pyrkii Žižekin mukaan kätkemään alleen todelliset sosioekonomiset olosuhteet, yhteiskunnan tuotantosuhteet (Emt., 35). Toisin sanoen, suuryhtiöiden, kuten Facebookin, vastuullisuusväittämiä kohtaan tulisi suhtautua kriittisesti, ja niiden todelliset motiivit pyrkiä paljastamaan.

Tämä pro gradu -tutkielma asemoituu kriittisen johtamis- ja organisaatiotutkimuksen rajapintaan, jossa kohtaavat yhtäältä äsken kuvaamani yritysten vastuullisuuspuheen kriittinen tarkastelu ja toisaalta uusi digitaalisen talouden järjestys ja toimintalogiikka, valvontakapitalismi. Käsitteen muodostanut yhdysvaltalainen sosiaalipsykologi ja filosofi Shoshana Zuboff luonnehtii sitä tietokapitalismin uudeksi muodoksi, joka pyrkii ennakoimaan ja muokkaamaan ihmisen käyttäytymistä taloudellisen tuoton ja markkinakontrollin saavuttamiseksi (Zuboff 2015, 76).

Tutkimuksessani tarkastelen aineistostani nousevia Big Tech-yhtiöiden vastuullisuusdiskursseja. Aineisto on koostettu kahden yhdysvaltalaisen uutislehden artikkeleista. Aihepiiriltään ne sijoittuvat aiemmin mainittuun selvitysprosessiin, jonka Yhdysvaltain edustajainhuoneen kilpailunvastainen alakomitea käynnisti kesäkuussa 2019. Keskityn sekä valvontakapitalismin pioneereihin, Googleen ja Facebookiin (Zuboff 2019, 22) että kahteen muuhun teknologiayhtiöön, jotka ovat alkaneet yhä enenevässä määrin omaksumaan valvontakapitalistista toimintalogiikkaa, Amazoniin ja Appleen (Emt., 23). Jotta voi ymmärtää valvontakapitalismin taustaa, täytyy kuitenkin ensin tarkastella viimeaikojen yhteiskunnallista kehitystä.

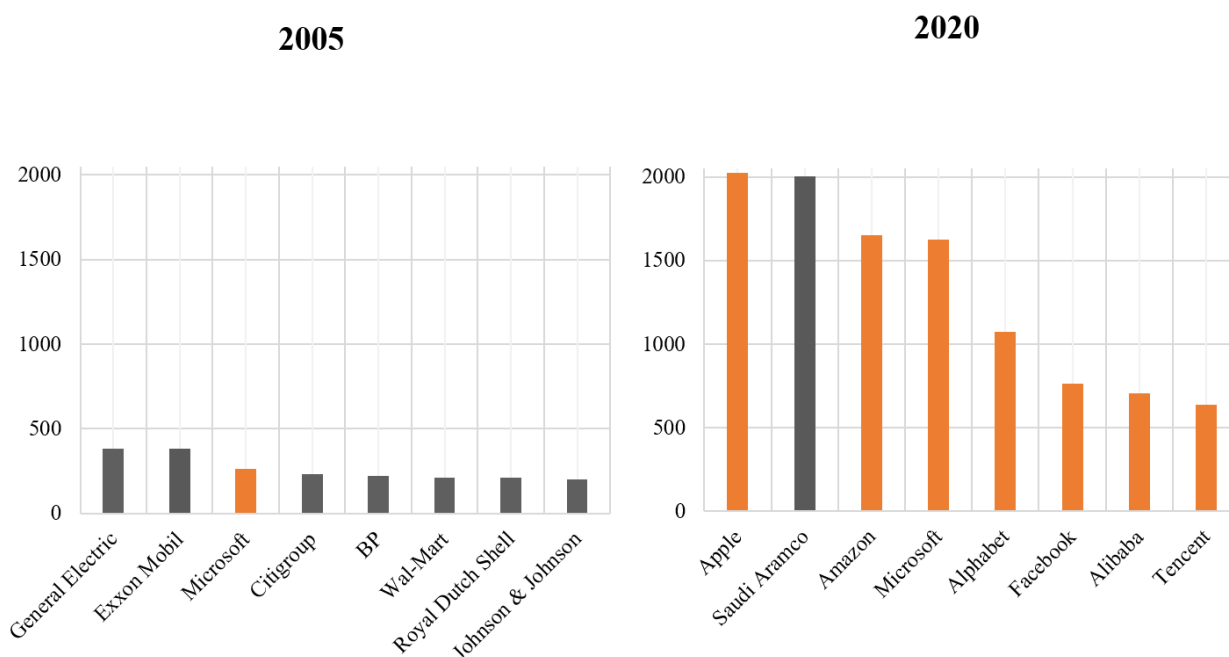
Globaali talous ja elämämme ovat viimeisten vuosikymmenten aikana digitalisoituneet voimakkaasti. Uusia ansaintakeinoja, alustoja ja palveluita on syntynyt, ja digitaaliset viestintäympäristöt ovat muuttaneet yhteydenpitoa ja ihmisten arkea. Valtiot ovat alkaneet suunnittelemaan omia digistrategioitaan, joissa digitalisaatiolla haetaan globaalia kilpailuetua (ks. esim. Valtiovarainministeriö 2020). Euroopan komissio puolestaan katsoo, että digitalisaatiolla ”avataan yrityksille uusia mahdollisuuksia”, ”lisätään yhteiskunnan avoimuutta ja demokraattisuutta, parannetaan talouden elinvoimaisuutta ja kestävyyttä sekä edistetään ilmastonmuutoksen torjuntaa ja vihreää taloutta” (Euroopan komissio 2020). Termit, kuten ”digiloikka”, ”alustatalous”, ”tekoäly” ja ”automaatio”, vilisevät tiuhaan uutisissa, hallitusohjelmissa, yritysten strategioissa ja konsulttien puheissa.

Motivaationi valvontakapitalismiin tutkimusaiheena onkin siinä, että digitalisaatioon ja digitaaliseen talouteen on kohdistunut suhteessa vain vähän kriittistä tarkastelua. Huomio tulisikin nähdäkseni kohdistaa seuraaviin kysymyksiin: kuka hyöttyy eniten digitalisaation edistämisestä? Kenelle digitalisaation synnyttämä vauraus kasautuu? Mitä yhteiskunnallisia vaikutuksia laajenevalla digitalisaatiolla on? Olemmeko antaneet jotain pois - ja jos olemme, niin mitä tarkalleen ottaen on uhrattu digitalisaation alttarille? Zuboffin mukaan

valvontakapitalismi uhkaa viedä meiltä yksilönvapautemme (Zuboff 2019, v). Tässä digitaalisen talouden järjestyksessä data on uusi öljy, ja sitä ohjaavan rationaliteetin mukaan datan kerääminen ja käyttö voiton tavoitteluun ylittää kaikki muut periaatteet.

Datan taloudellinen merkitys tulee ilmeiseksi esimerkiksi, kun vertailee markkina-arvoltaan maailman suurimpia listattuja yhtiöitä vuosilta 2005 ja 2020 (ks. kuva 1, alla). Vuoden 2005 maaliskuussa vain yksi teknologiayritys - Microsoft - ylsi kahdeksannen suurimman pörssiyhtiön joukkoon. Kahdeksan kärjessä oli tuolloin muun muassa kolme öljy-yhtiötä, finanssialan yrityksiä ja monialaisia konglomeraatteja. Tilanne on kuitenkin kääntynyt viimeisen viidentoista vuoden kuluessa pääläelleen. Elokuussa 2020 seitsemän kahdeksasta suurimmasta yrityksestä oli teknologia-alalta - joukkoon mahtui enää yksi öljy-yhtiö. Tämän tutkimuksen kohteena olevat Big Tech-yhtiöt pitivät ensimmäistä (Apple), kolmatta (Amazon), viidettä (Alphabet, Googlen emoyhtiö) ja kuudetta sijaa (Facebook). (Armstrong 2020.)

Markkina-arvoltaan maailman suurimmat listatut yhtiöt vuosina 2005 ja 2020 (miljardia US dollaria). Teknologia-ala oranssilla.



Kuva 1 Markkina-arvoltaan suurimmat listatut yhtiöt vuosina 2005, 2020. (Armstrong 2020, mukaillen).

Big Technin yhteenlaskettu markkina-arvo, hieman yli 5,5 biljoonaa Yhdysvaltain dollaria, ja sen käyttäjäluvut puhuvat omasta puolestaan: kyseessä on teollisuudenala, jolle mikään aiempi ei vedä vertoja. Googlella oli vuoden 2020 alussa ennätyselliset 2 miljardia

käyttäjää, ja sen omistamalla YouTubella vuonna 2019 puolestaan yli 2 miljardia aktiivista käyttäjää kuukaudessa. Facebookilla oli vuoden 2020 alussa 2,6 miljardia aktiivista kuukausikäyttäjää. Vuoden 2019 lopussa Applen laitteita käytti aktiivisesti 1,5 miljardia käyttäjää. Amazon ei julkista käyttäjämääriään, mutta vuonna 2018 yrityksellä oli yli 100 miljoonaa maksullisen etuohjelma Primen käyttäjää Yhdysvalloissa. (Daly 2020.)

Big Techin käyttäjämäärät ovat kasvussa huolimatta siitä, että yhtiöt ovat olleet viime vuosina yhä suuremman tarkastelun ja kritisoinnin kohteena kotimaassaan Yhdysvalloissa, mutta myös muualla, kuten Euroopassa (Ortamo 2020). Vuosia kasvanut maine ja suosio tuntuvat kuitenkin kokeneen kolauksen. Yhdysvaltalainen Financial Times -lehti nimesikin vuoden 2018 sanaksi *techlashin* (yhdistelmä sanoista *tech* ja *backlash*, takaisku) (Foroohar 2018).

Yleisellä tasolla voidaan katsoa, että tietoisuus teknologiayritysten toimintatavoista - tarkemmin siitä, että yhtiöiden tuotto pohjautuu datan keruuseen ja kolmansille osapuolille myymiseen - on kasvanut jo useamman vuoden ajan (ks. esim. Kiviranta 2014). Tämä pääasiallisesti *kohdennettuna mainontana* näkynyt ja puhututtanut prosessi on herättänyt vastalauseita, ja keinoja niin kutsutun digijalanjäljen suojelemiseksi on esitetty (ks. esim. Solla & Nieminen 2020).

Tästä vastustuksesta huolimatta, kuten usein voi käydä suurten muutosten ja ennennäkemättömien yhteiskunnallisten ilmiöiden kohdalla, niiden yksityiskohdat ja todelliset vaikutukset voivat ilmetä hitaasti tai olla jopa kätkeytyä. ”Kohdennettu mainonta” ei nimittäin ole tarpeeksi kattava kuvaus valvontakapitalistisesta toimintalogiikasta, jossa ihmisten *sekä* verkkokäyttäytymisestä *että* todellisesta käyttäytymisestä muodostunutta käyttäytymisdataa kerätään, kuin se olisi teollista raaka-ainetta, profiloidaan yksityiskohtaisten käyttäytymisennustetuotteiden luomiseksi, ja huutokaupataan eniten maksavalle kolmannelle osapuolelle.

Valvontakapitalismin todellinen logiikka paljastuu muutaman esimerkin kautta. 16-vuotiaan tytön vanhempi lähestyi vuonna 2012 kauppaketju Targetia tiedustellen, miksi tytölle on lähetetty mainoksia raskausajan tuotteista. Ilmeni, että Targetin data-analytiikka oli tulkinut tytön olevan raskaana hänen ostohistoriansa perusteella. Algoritmi, joka oli kehitetty tunnistamaan tehokkaasti kuluttajatarpeet, toimi suunnitellusti lähettäessään tytölle kohdennettuja mainoksia raskausajan tarvikkeista. Ilmeni, että Targetin data-analytiikka oli oikeassa, ja tiesi tytön raskaudesta ennen hänen vanhempiansa. (Flyverbom, Deibert &

Matten 2017, 2.) Sama logiikka, jossa kietoutuvat yhä tarkempi, henkilöidympi data ja sen käyttö sekä taloudelliseen tuoton että yhä tarkemman kulutuskäyttäytymisen ennustamisen ja lopulta totaalisen varmuuden (Zuboff 2019, 497) takaamiseksi, ilmenee myös vuonna 2017 vuotaneista Facebookin luottamuksellisista asiakirjoista. Niissä yhtiö on kertonut voivansa tunnistaa, milloin sen teini-ikäiset käyttäjät ovat haavoittuvassa tilassa, eli milloin heidän käyttäytymistään on kannattavinta pyrkiä ohjailemaan räätälöidyn mainoksin ja erilaisin digitaalisin tuuppauksin (Levin 2017). Tämän ohella sama logiikka ja pakkomielle dataan ilmenee esimerkiksi siitä, kuinka Google on taivutellut Yhdysvalloissa kodittomia ihmisiä skannaamaan kasvonsa sen kasvojentunnistusjärjestelmään tarjoamalla heille vaivanpalkkioksi viisi dollaria (Elias 2019).

Edellä mainittujen esimerkkien perusteella vaikuttaa, että yksityisyys (omasta kehosta, tunne-elämästä, kasvoista) ei ole enää taattua. Oikeastaan se ei ole ollut sitä enää pitkään aikaan: voit nimittäin päättää olla käyttämättä Facebookia, mutta jos käytät jotain sen omistamaa alustaa, kuten Whatsappia tai Instagramia, saa Facebook silti käyttäytymisdataasi (Nield 2020). Ongelma syvenee Googlen kohdalla: voit päättää olla käyttämättä Googlea, mutta se ei ole mahdollista, jos omistat Android -käyttöjärjestelmää käyttävän puhelimen, sillä Google saa silti käyttäytymisdataasi. Myös internetin käyttö ilman Googlea voi olla haastavaa, sillä Google on monien selainten oletushakukone, ja sen Chrome-selain on yksi suosituimmista selaimista. (Nield 2019.) Toisinaan tilin poistaminenkaan ei auta: vaikka sinulla ei olisi tiliä Facebookiin tai Googleen, voivat ne luoda niin sanotut ”varjoprofiilit”, eli epävirallisen profiilin käyttäjästä (Kleinman 2018). Yhtiöt pyrkivät kaikin keinoin varmistamaan niille elintärkeän käyttäytymisdatan virtauksen. Kaksi muuta Big Tech-yhtiötä eivät erotu edukseen: Amazon ja Apple ovat todistetusti vääristelleet käyttäjiensä päätöksentekomahdollisuuksia nostamalla omat tuotteensa verkkokauppojensa sovelluslistauksen kärkeen (Ghaffary & Del Rey 2020), ja keränneet älykaiuttimensa ja digitaalisten assistenttiensa Alexa ja Siri kautta yksityiskohtaista käyttäytymisdataa, lähinnä ihmisten puheesta ja keskusteluista (Dara 2019).

Toistaiseksi esittämäni perusteella voisi ajatella, että valvontakapitalismi uhkaa pelkästään yksityishenkilöiden yksityisyyttä, ja ongelma olisi helposti ratkaistavissa kohdistamalla sääntelyä yhtiöiden toimintaan, ja valistamalla ihmisiä yksityisyyden merkityksestä. Sääntely on kuitenkin tehotonta, jos se jättää valvontakapitalistisen toimintalogiikan ennalleen (Zuboff 2019, 23), eivätkä yksittäisten ihmisten tekemät yksityisyysratkaisut itsessään riitä (Emt., 14). Valvontakapitalismi nimittäin uhkaa myös demokratiaa ja

demokraattisia prosesseja, mikä yksistään tekee siitä merkittävän vaaran yhteiskunnalle (Zuboff 2019; Soisalon-Soininen 2019).

Näkyvimvät esimerkit teknologiayhtiöiden vaikutuksesta demokratiaan ovat kaksi tapahtumaa vuodelta 2016. Cambridge Analytica, brittiläinen data-analyysiyhtiö, vaikutti tuolloin niin Yhdistyneen kuningaskunnan Brexit -äänestykseen kuin Yhdysvaltain presidentinvaaleihin käyttämällä hyväksi valtavia määriä Facebook-käyttäjien henkilökohtaista tietoa. Tietoa kerättiin, profiloitiin ja käytettiin apuna aggressiivisessa kohdennetussa poliittisessa mainonnassa, jota sisäpiiriläinen kuvasi psykologiseksi sodankäynniksi. Mainontaa kohdistettiin erityisesti sellaisille äänestäjille, joiden arveltiin olevan epävarmoja valinnastaan. Kaikkiaan noin 90 miljoonan yhdysvaltalaisen Facebook-käyttäjän tietoihin päästiin käsiksi Facebookin alustalla julkaistun kyselysovelluksen mahdollistaman porsaanreiän kautta. (Zuboff 2019; 277; Cadwalladr 2018; Wong 2019; Lapowski 2019.) Niin Facebook kuin Cambridge Analytica joutuivat vastuuseen toiminnastaan: vähemmälle huomiolle kuitenkin jäi, että Cambridge Analytican toiminta heijasteli täysin Facebookin omaa liiketoimintaa (Zuboff 2019, 277-278), joten ero näiden kahden välillä oli se, että Cambridge Analytica oli vain jäänyt kiinni toiminnastaan.

Näiden dataselkkausten seuraukset näkyvät edelleen monilla yhteiskunnan aloilla: globaalissa taloudessa, politiikassa, ennen kaikkea ihmisten arjessa. Mitä jos Brexit -äänestyksen tulokset olisivat olleet toiset? Entäpä jos Yhdysvaltain presidentinvaalit olisivat vuonna 2016 päättyneet toisin? Yhtiöiden rikkeet sekä hämärät ja kyseenalaiset toimintatavat ovat tuottaneet oikeusjuttujen, viranomaisselvitysten, ja aiheesta kirjoitetun tutkimuksen ja populaarin tietokirjallisuuden ohella dokumentteja (esimerkiksi *The Big Hack* ja *Social Dilemma*). Myös joitakin yksityisyyden puolesta kampanjoivia kansalaisliikkeitä on pystytetty (esimerkiksi tunnisteella *#ownyourdata*).

Viimeisimpänä teknologiayhtiöiden toimintaa koskevana käänteenä voidaan pitää sitä, kuinka yhtiöt jäädyttivät presidentti Donald Trumpin sosiaalisen median tilejä sen jälkeen, kun Trumpin kannattajat tunkeutuivat kongressitaloon tammikuussa 2021. Samalla yhtiöt osoittivat näkyvästi valtansa suuruuden. Tilannetta on arvioitu esimerkiksi seuraavasti: riippumatta siitä, onko istuvan presidentin tilien jäädyttäminen oikein vai ei, tuleeko päätösvalta asiasta olla teknologiayhtiöllä, jota ei ole demokraattisesti valittu suorittamaan tehtäväänsä? (Mäntylä 2021).

Big Tech-yhtiöiden toimintaa ruotivia selvityksiä ja sääntelyehdotuksia voi pitää oikeasuuntaisina, mutta mikäli ne eivät puutu yhtiöiden toimintalogiikkaan ja toimintaa ohjaaviin rationaaleihin, eivät ne käytännössä tehoa. Ratkaisuina on toistaiseksi esitetty yhtiöiden pilkkomista (ks. esim. STT-Yle 2020), mutta tämä ei puutu juurisyyn, vaan käytännössä mahdollistaa useampien valvontakapitalististen yhtiöiden olemassaolon muutaman ison sijasta (Zuboff 2019, 23).

Vaikka Big Tech-yhtiöt ovat kaiken edellä kuvatun seurauksena epäilemättä menettäneet joitakin käyttäjiä, näyttää niiden toiminta ja menestys jatkuvan yhä miltei keskeytyksettä. Tutkimuksessani keskitynkin tähän ristiriitaan: miten Big Tech onnistuu selvityksistä, mainehaitoista ja skandaaleista huolimatta pitämään käyttäjänsä, ja vakuuttamaan laajan yleisön siitä, ettei sen toiminnassa ole mitään väärää? Vastauksena tälle esitän vastuullisuutta, tarkemmin Big Technin vastuullisuutta koskevia diskursseja, ja ideologiaa.

Tämä johdantoluku etenee seuraavasti. Seuraavassa alaluvussa (1.2 Tutkimusasetelma) esittelen tutkimukseni viitekehyksen. Siinä käyn läpi muun muassa tutkimukseni tutkimuskysymykset ja tutkimukseni keskeiset lähtökohdat. Tätä seuraavassa alaluvussa (1.3 Tutkimuksen rakenne) esittelen tutkimukseni rakenteen ja sen kulun.

1.2 Tutkimusasetelma ja tutkimuskysymykset

Olen rajannut tutkimuskysymyksiksi seuraavat kolme kysymystä:

Millaisia vastuullisuusdiskursseja Googlen, Amazonin, Facebookin ja Applen (Big Technin) toiminnasta rakentuu kahdessa yhdysvaltalaisessa uutisjulkaisussa?

Mitä kriittisiä yhteiskunnallisia implikaatioita vastuullisuusdiskursseilla on?

Miten vastuullisuusdiskurssit johtavat ideologian todeksi tekemiseen?

Tutkimukseni konteksti muodostuu olennaisella tavalla Yhdysvaltain edustajainhuoneen (United States House of Representatives) kilpailunvastaisen alakomitean aloittamasta selvityksestä Big Tech-yhtiöitä kohtaan. Olen rajannut tutkimuskohteeni, Big Tech-yhtiöt, tämän selvityksen perusteella: Facebookista, Googlesta, Amazonista ja Applesta on alettu yhä enenevässä määrin puhumaan Big Technä selvityksen käynnistämisen jälkeen. Lisäksi, ja juuri tästä syystä, niistä on eniten tutkimusasetelmani kannalta relevanttia uutisaineistoa.

Big Tech-yhtiöiden tutkiminen on perusteltua muutamasta syystä. Ajattelen, että maailman suurimpien listattujen yhtiöiden tarkastelu voi paljastaa jotain olennaista globaalista

taloudesta, valtasuhteista ja esimerkiksi ajankohtaisista liiketoiminnan kehityksistä ja trendeistä - kuten vastuullisuudesta. Kiintoisaa on valta-aseman ohella se, että Big Tech käsittää joukon suhteellisen nuoria yhtiöitä. Applea, joka perustettiin vuonna 1976, lukuun ottamatta kaikki kolme yhtiötä on perustettu yritysmaailman mittapuulla melko hiljattain, aivan internetin nousukauden alussa: Amazon vuonna 1994, Google vuonna 1998 ja Facebook vuonna 2004. Yhtiöt ovat siis markkina-arvonsa, vaikutusvaltansa ja ajankohtaisuutensa takia mielenkiintoisia tutkimuskohteita.

Tutkimukseni tarkastelee kriittisesti digitaalisen talouden kehitykseen liittyviä ilmiöitä. On kuitenkin hyvä täsmentää, mitä tarkoitan kritiikillä tässä tutkimuksessa: se ei viittaa kriittisyyteen sen itsensä tähden, saati negatiivisuuteen. Se ei myöskään tarkoita kriittisyyttä siten, kuin se arkisesti ymmärretään. Tämän tutkimuksen tapa käsitellä kriittisesti digitaalista taloutta ei näin ollen lähtökohtaisesti tarkoita, että se tuomitsisi tai kieltäisi täysin olemassa olevan digitaalisen infrastruktuurin, saati väittäisi, että se olisi peruutettava tai purettava (vrt. esim. Vahvanen 2018).

Tässä tutkimuksessa käytän sanaa kriittinen kuvaamaan *kriittistä tutkimusotetta* ja laajemmin *kriittistä tutkimustraditiota*. Kriittinen viittaa tapaan ymmärtää ilmiöt ja rakenteet niiden historiallisista valtasuhteista käsin, ja sosiaalisesti merkityksellistettyinä ja tuotettuina. Näin ollen ne ovat myös alttiita muutoksille, eivätkä jäykkiä, absoluuttisia totuuksia.

Tarkkarajaisemmin ilmaistuna tutkimusasetelmani muodostuu valvontakapitalismista, kriittisestä teoriasta, yhteiskuntavastuun tutkimuksesta ja vastuullisuusdiskursseista. Valvontakapitalismin suhteen nojaan pääasiallisesti Zuboffin (2015, 2019) työhön. Käsitteen popularisoijana hän on tuottanut eniten tutkimustietoa aiheeseen liittyen, vaikkakin viime vuosina valvontakapitalismia on tarkasteltu muidenkin toimesta ja eri näkökulmista.

Kriittinen teoria muodostaa tutkimukselleni sen keskeisen taustavireen. Kriittisen teorian rikas ja monialainen traditio pohjautuu muun muassa sosiologian, yhteiskuntatieteen, filosofian ja psykoanalyysin teoreettiseen tutkimukseen. Traditio juontaa juurensa 1900-luvun alun Saksaan, niin kutsutun Frankfurtin koulukunnan aloittamaan teoreettiseen liikehdintään (ks. Horkheimer 1972; Horkheimer 2008; Horkheimer & Adorno 2008). Kriittinen tutkimusperinne - perinteisen kriittisen teorian osittaisesta väistymisestä huolimatta - on kuitenkin edelleen vahva, ja näkyy monessa tutkimussuuntauksessa, muun

muassa feministisessä (ks. esim. Bell, Meriläinen, Taylor & Tienari 2019) ja posthumanistisessa (ks. esim. Kalonaitye 2018) tutkimuksessa.

Kriittinen yhteiskuntavastuun tutkimus (ks. esim. Banerjee, 2007; Kuhn & Deetz, 2008; Cederström & Marinetto 2013) sijoittuu tarkemmin kriittisen johtamis- ja organisaatiotutkimuksen kentälle. Sen tutkijat suhtautuvat johdannossa esittelemäni Žižekin näkökulman tapaan epäilevästi yritysten vastuullisuuspuheeseen, -ohjelmiin ja -kampanjoihin. Tutkimuskeskustelussa pyritäänkin palauttamaan huomio yhteiskunnallisiin rakenteisiin ja valtahierarkioihin. Vaikka sitä voidaan pitää itsenäisenä tutkimuskeskusteluna, se on saanut paljon vaikutteita kriittisestä teoriasta.

Lopulta, tutkimukseni vastuullisuusdiskurssit muodostan Big Tech-yhtiöiden toimintaa käsittelevistä uutisartikkeleista. Nämä vuosina 2019-2020 ilmestyneet uutisartikkelit olen kerännyt kahdesta yhdysvaltalaisesta uutislehdestä, *The Washington Postista* ja *USA Todaysta*. Diskurssien tunnistamiseksi käytän kriittistä diskurssianalyysiä, joka on laadullisen yhteiskuntatieteellisen tutkimuksen menetelmä. Sen avulla voidaan paljastaa, nostaa ja nimetä tutkimusasettelun mukaisia diskursseja tutkimusaineistosta. Diskurssianalyysi antaa tutkimukselleni keinot sekä tuoda esille millainen kuva yhtiöiden vastuullisuudesta konstruoituu että tarkastella näin syntynyttä vastuullisuuskuvaa kriittisesti - kuten edellä esitin - olemassa oleviin, hegemonisiin (eli hallitsevaa asemaa pitäviin) yhteiskunnallisiin suhteisiin ja rakenteisiin.

Tutkimuksellani haluankin tarttua valvontakapitalismia koskevaan paradoksiin: tiedämme, että yhtiöiden käytännöt ovat kyseenalaisia, ja niiden puheet vastuullisuudesta eivät mitään ilmeisemmin kohtaa todellisuutta. Silti teeskentelemme, niin kuin näin ei olisi, keksimme tekosyitä - kuten ”ei minulla ole mitään salattavaa” (Zuboff 2019, 11) - ja jatkamme näiden yhtiöiden tuotteiden ja palveluiden käyttöä.

Edellisen valossa esitänkin, että Big Technin vastuullisuusdiskursseilla on niiden välittömän diskursiivisen funktion ohella ideologinen funktio. Tarkoitan tällä sitä, että vastuullisuuspuheellaan Big Tech-yhtiöt yhtäältä rakentavat sosiaalista todellisuutta, eli sitä, millaiseksi vastuullisuus sosiaalisesti ymmärretään, mutta toisaalta vastuullisuuspuheella on myös kätkeytyvä ideologinen funktio, jonka avulla yhtiöt pyrkivät kätkemään liiketoiminnan realiteetteja. Esitän, että vastuullisuuspuhe muodostaa kokonaisuuden, jota voidaan nimittää *valvontakapitalistiseksi vastuullisuuden ideologiaksi*. Se niveltyy laajemmin kapitalistiseen

ideologiaan, toimien sekä oikeutuksena (valvonta)kapitalistiselle liiketoiminnalle ja tuotantoprosessille että vallitsevien rakenteiden uusintajana.

Esitän seuraavaksi muutamia perusteluita tässä alaluvussa esittelemälleni tutkimusasetelmalle. Ensimmäiseksi, tutkimukseni paikkaa aukkoa kriittisessä johtamis- ja organisaatiotutkimuksessa. Tämä tutkimuksen vähyys on viime aikoina tunnistettu esimerkiksi Trittin-Ulbrichin, Schererin, Munron ja Whelanin (ks. 2020) toimesta. Tutkimukseni tuottaa uutta tietoa ja mahdollistaa digitaalista taloutta koskevan kriittisen tarkastelun yhdistämisen sekä yhteiskuntavastuun tutkimukseen, että ideologiakriittiseen tutkimukseen.

Vastuullisuuden ideologian kritiikillä tutkimukseni voi tuottaa uusia tapoja ymmärtää vastuullisuus sekä kriittisessä digitalisaatiota koskevassa tutkimuksessa että laajemmin teknologiaa koskevassa tutkimuksessa. Tätä perustelen sillä, että vastuullisuutta koskeva puhe ja vastuullisuus ilmiönä ymmärretään usein teknologisen kehityksen kautta: yritykset saattavat esimerkiksi kertoa, että niiden uudet tekniset tuotantomenetelmät ovat vastuullisempia kuin aiemmat, tai että ne ovat alkaneet hyödyntämään vastuullisempia raaka-aineita tuotannossaan. Tällöin vastuullisuus yhdistyy olennaisesti teknologiaan. Lopulta tutkimukseni tarjoaa uuden lähestymistavan yhdistää vastuullisuus niin kutsuttuun immanenttiin kritiikkiin - jota voidaan tiivistetysti kuvailla ilmiön tai asian kritisoimiseksi sen omista lähtökohdista käsin siten, että sen sisäiset ristiriitaisuudet tulevat näkyviin.

1.3 Tutkimuksen rakenne

Tutkielmani etenee seuraavasti: luvussa 2 esittelen tutkimukseni teoreettisen viitekehyksen, jossa käyn läpi valvontakapitalismia ja digitaalista taloutta koskevaa tutkimusta, kriittistä teoriaa ja kriittistä tutkimusta, sekä yritysten yhteiskuntavastuun tutkimusta. Luvussa esittelen tutkimukseni kannalta olennaiset teoreettiset käsitteet. Luvussa 3 tarkastelen tutkimukseni menetelmällisiä lähtökohtia. Käyn läpi diskurssintutkimuksen taustaa, kriittistä diskurssianalyysiä metodina ja tutkimukseni aineiston muodostumista.

Luvussa 4 esittelen tutkimukseni analyysin tuloksena syntyneet kolme vastuullisuusdiskurssia. Lopulta, tuloslukujen jälkeen luvussa 5 esittelen tutkimukseni johtopäätökset, käyden tiiviisti läpi tulokset ja suorittamalla kriittisen luennan. Kriittisen luennan yhteenvedon jälkeen tarkastelen tutkimukseni antia kriittiselle organisaatiotutkimukselle ja esittelen jatkotutkimustarpeita.

2 Teoreettinen viitekehys

Tutkimukseni teoreettinen viitekehys muodostuu kokonaisuudessaan kolmesta osasta. Nämä ovat valvontakapitalismia ja kriittistä digitaalisen talouden tutkimusta käsittelevä osio, kriittistä teoriaa ja kriittistä tutkimustraditiota käsittelevä osio sekä yritysten yhteiskuntavastuun tutkimusta käsittelevä osio. Koska tutkimustani ja tutkimusasetelmaani ohjaa kauttaaltaan kriittinen lähestymistapa, ovat nämä kolme mainittua teoreettisen viitekehysten osiota toisiaan läpileikkaavia: valvontakapitalismia ja uutta digitaalista taloutta käsittelevä tutkimusosio tulkitsee tätä kehkeytyvää talouden muotoa kriittisesti, kriittinen teoria puolestaan arvostelee vallitsevaa yhteiskunnallista todellisuutta, ja kriittinen yritysten yhteiskuntavastuun tutkimus kritisoi valtavirtaista yhteiskuntavastuun tutkimusta.

Ensimmäiseksi esittelen valvontakapitalismia koskevaa tutkimusta. Erityisesti keskityn yhdysvaltalaisen Shoshana Zuboffin työhön. Vaikka tämän tutkimuksen kohteena ovat Google, Facebook, Apple ja Amazon, eli Big Tech, valvontakapitalismi ei tarkoita tai muodostu pelkästään Big Techistä. Sen toiminnan logiikka on ulottunut myös varsinaisten datayhtiöiden ulkopuolelle (Hernández-Ramírez 2019, 19). Valvontakapitalismin ohella tarkastelen myös *big dataa* ja laajemmin esitettyä digitaalisen talouden kritiikkiä.

Toisessa alaluvussa luon katsauksen niin kutsuttuun kriittiseen teoriaan. Perinteisesti kriittisellä teorialla kuvataan niin kutsutun Frankfurtin koulukunnan teoreettista ajattelua, jossa yhdistyivät kriittiset yhteiskuntatieteellisen, filosofian ja kulttuurin tutkimuksen kokonaisuudet. Kriittinen teoria ei kuitenkaan ole synonyymi Frankfurtin koulukunnalle (Malin, Aaltio & Takala 2010, 328). Ensiksi tarkastelen kriittistä teoriaa Frankfurtin koulukunnan viitekehyksestä, jonka jälkeen keskityn myöhempään kriittiseen teoriaan. Tämän ohella esittelen tutkimuksen kannalta tärkeimmät kriittisen tutkimustradition käsitteet, kuten immanentti kritiikki ja ideologia.

Kolmannessa alaluvussa esittelen kriittistä yritysten yhteiskuntavastuun tutkimusta. Luon ensiksi katsauksen valtavirtaiseen yhteiskuntavastuun tutkimukseen, jonka jälkeen siirryn kriittiseen yhteiskuntavastuun tutkimukseen. Tämä suuntaus ymmärtää yritysten yhteiskuntavastuun käytännöt esimerkiksi keinona lujittaa niiden valta-asetelmaa (esim. Kuhn & Deetz 2008). Kriittinen yhteiskuntavastuututkimus lainaa paljon sen käsitteistöä kriittiseltä tutkimustraditiolta (esim. ideologikritiikki). Lopuksi kiteytän tutkimukseni teoreettisen viitekehysten tuomalla edellä käsitellyt tutkimussuuntaukset yhteen.

2.1 Valvontakapitalismi ja digitaalinen talous

2.1.1 Valvontakapitalismi

Valvontakapitalismi (toisinaan myös tarkkailukapitalismi), on yhdysvaltalaisen sosiaalipsykologi, filosofi ja Harvardin professori emerita Shoshana Zuboffin lanseeraama käsite (Zuboff 2015, 75). Pitkällä urallaan Zuboff on julkaissut muutamia, mutta sitäkin merkittävimpiä teoksia digitaalisesta taloudesta: vuonna 1988 ilmestyi sittemmin urauurtavana pidetty teos informaatioteknologian merkityksestä työelämässä (ks. Zuboff 1988), ja vuonna 2002 teos, jossa hän kuvasi kapitalismin historiaa ja visioi uusia talouskehityksen muotoja (ks. Zuboff & Maxmin, 2002).

Valvontakapitalismin teoretisoinnissa keskeisiä ovat vuoden 2015 artikkeli, joka keskittyy valvontakapitalismiin ja yhteiskunnallisiin implikaatioihin erityisesti Googlen toiminnan suhteen (ks. Zuboff 2015), ja vuonna 2019 julkaistu pääteos, *The Age of Surveillance Capitalism* (ks. Zuboff 2019), jossa Zuboff tarkastelee valvontakapitalismia laajemmin. Käsite kuvaa jättimäisten teknologiayhtiöiden toimintaa ja pääoman kasautumislogiikkaa. Zuboffin mukaan valvontakapitalismi on:

1. uusi taloudellinen järjestys, joka omii inhimillisen kokemuksen ilmaisena raakamateriaalina piileviin liiketoiminnan käytäntöihin -- ; 2. loismainen talouden logiikka, jossa hyödykkeiden ja palveluiden tuotanto alistetaan uudelle maailmanlaajuiselle käyttäytymisen modifikaation mallille; 3. kontrolloimaton kapitalismin mutaatio, jota kuvastaa ihmiskunnan historiassa ennennäkemätön varallisuuden, tiedon ja vallan keskittyminen (Zuboff 2019, v).

Sitä voi luonnehtia seuraavasti: suuret monikansalliset teknologiayhtiöt keräävät, tallentavat, ja hallinnoivat palveluidensa käyttäjien käyttäytymisdataa, muodostaen siitä käyttäytymisennusteita. Näitä ennusteita myydään käyttäytymisfutuuriin markkinoilla kolmansille osapuolille, jotka ovat valvontakapitalististen yhtiöiden ”todellisia asiakkaita” - kuten yrityksille, markkinoijille, myös poliittisille toimijoille. Käyttäytymisfutuuriin markkinat ovat piilotettuja ja käyttäjän ei ole mahdollista päästä niihin. Käyttäytymisennusteiden pohjalta yhtiöiden asiakkaat voivat vaikuttaa yksilöiden päätöksentekoon, kulutusratkaisuihin ja esimerkiksi äänestämiskäyttäytymiseen tarjoamalla personoituja mainoksia ja henkilökohtaisesti räätälöityä sisältöä. (Zuboff 2019, 8.) Toisin sanoen kyse on datan kauppatavaraistamisesta (ts. hyödykkeistämisestä, *commodification*). Tästä prosessista Zuboff käyttää termiä *ekstrahointi* (extraction). (Zuboff 2015, 79.)

Valvontakapitalismia luonnehtiessaan Zuboff viittaa toistuvasti käyttäytymisen *lisäarvoon* (behavioral surplus) ja sen riistämiseen käyttäjältä. Käsite on johdettu marxilaisen taloustieteen alkuperäisestä lisäarvon (surplus value) käsitteestä, joka kuvaa yksinkertaisesti ilmaistuna sitä, kuinka tuotantovälineet omistavan luokan, kapitalistien, työläisille näiden työstä maksama korvaus on vähemmän kuin se arvo, mitä työläiset kapitalisteille tuottavat. Jäljelle jäävä erotus on lisäarvo, joka jää kapitalisteille, ja muodostaa taloudellisen voiton. (Marx 1974, 182-183.) Teknologiayhtiöt puolestaan ”löysivät” käyttäytymisen lisäarvon ylimääräisestä käyttäjädatasta. Se syntyi jäljelle jäävänä erotuksena, kun yhtiöt olivat käyttäneet tietyn määrän dataa palvelujensa ja tuotteidensa parannuksiin. Käyttäytymisen lisäarvon löytäminen tarkoitti yhtiöiden tuottavuuden räjähdysmäistä kasvua. (Zuboff 2019, 74-75.)

Zuboff pohtii valvontakapitalismin haitallisia vaikutuksia niin kutsutulle tulevaisuuden *informaationsivilisaatiolle*, jota kohti olemme hänen mukaansa kulkemassa. Tässä ajassa tehdyillä poliittisilla päätöksillä ja esimerkiksi sääntelyllä on suuri vaikutus siihen, miltä tulevaisuus näyttää. (Zuboff 2015, 75; 2019, 14.) Vaikka Zuboffin tarkastelu ei rajaudu pelkästään Big Tech-yhtiöihin, hän pohjaa monet esimerkeistään niiden toimintaan. Zuboff tarkentaa, että käsitteenä valvontakapitalismi ei viittaa digitaaliseen teknologiaan, kuten hakukoneet, sosiaalisen median verkostot, sovellukset, tai sähköinen infrastruktuuri, vaan yritysten harjoittamaan tietoiseen toimintaan ja toimintalogiikkaan. Teknologia itsessään ei siis synnyttänyt valvontakapitalismia. (Zuboff 2015, 80; Zuboff 2019, 15.) Olennaista on myös, että vaikka valvontakapitalistinen toimintalogiikka sai alkunsa teknologiayrityksistä, kuten Googlesta, on se levinnyt myöhemmin monille muillekin toimialoille, esimerkiksi vakuutus-, elektroniikka- ja kodinkone-, sekä terveys- ja hyvinvointialalle (Zuboff 2019, 212, 235, 247).

Valvontakapitalismin laajenemista voidaan kuvata niin kutsutulla *hallintaoikeuden riiston kehällä* (dispossession cycle). Se on nelivaiheinen prosessi, jonka keinoin käyttäytymisdatan lisäarvon riistäminen normalisoidaan (Zuboff 2019, 137). Ensimmäiseksi, *tunkeutuminen* viittaa vaiheeseen, jossa teknologiayhtiö tunkeutuu käyttäjän ”henkilökohtaiseen”, kuten tietokoneelle, sähköpostiviestiin, kiinnostuksenkohteisiin ja harrastuksiin, lenkkipolulle, huomioon, tunteisiin ja kasvoihin. Näin toimitaan, kunnes herää laajamittaisempaa vastustusta. Se pyritään peittoamaan tarjoamalla käyttäjille houkuttelevia uusia ominaisuuksia kuten lisää tallennustilaa, arjen helpotuksia tai laadukkaampaa dataa.

Muutoin vastustus saatetaan sivuuttaa täysin, ja oikeusjuttuihin vastata viivyttelevillä keinoilla, jotka saavat syytteen nostajan resurssit lopulta ehtymään. (Emt., 138.)

Totuttamisessa on puolestaan kyse toimintojen nopeuttamisesta ja institutionalisoimisesta. Samaan aikaan kun viranomaisten oikeusjutut matelevat hitaasti eteenpäin, teknologiayhtiö pyrkii ainoastaan vakiinnuttamaan toimintatapansa niin, että ihmiset tottuvat niihin, eivätkä välttämättä reagoi enää niin voimakkaasti. Ensimmäisen vaiheen tunkeutumisesta tulee normaalia, jopa välttämätöntä. (Zuboff 2019, 139.) *Mukautumisen* vaiheessa yhtiö muuttaa toimintaansa näennäisesti voidakseen vakuuttaa viranomaiset ja huolestuneet kansalaiset siitä, että se on parantanut tapojaan. Lopulta, *uudelleenohjauksessa* yhtiö kehittää uutta retoriikkaa ja menetelmiä, sekä suunnittelee elementtejä, jotka uudelleenohjaavat kiisteltyjä datankeruuprosesseja niin, että ne vaikuttavat olevan sosiaalisten ja oikeudellisten vaatimusten mukaisia. (Emt., 139.)

Pääteesinään Zuboff esittää, että valvontakapitalismi on synnyttänyt totalitaristisen *Big Brotherin* sijasta *Big Otherin*. Se on ubiikki, eli kaikkialla läsnäoleva ”verkottunut institutionaalinen hallintajärjestelmä, joka tallentaa, muuttaa ja hyödykkeistää jokapäiväiset kokemukset”, ja sen tarkoituksena on ”perustaa uusia väyliä kaupallistamiseen ja tuottoon” (Zuboff 2015, 81). Zuboff uskoo *Big Otherin* tuhoavan lopulta yhteiskunnallisen laillisuusperiaatteen. Sen valta edustaa Zuboffille uutta *välineellisen* vallan lajia, *instrumentarismia*, joka on ”käyttäytymisen instrumentointia ja välineellistämistä”, ja jonka tarkoituksena on niin ikään käyttäytymisen ”muuttaminen, ennustaminen, kaupallistaminen ja kontrollointi”. *Instrumentoinnilla* Zuboff tarkoittaa valvontakapitalismin mekaniikkaa, siis monimutkaista koneälyverkostoa, jolla se takertuu inhimilliseen kokemukseen ja typistää sen mitattavaksi käyttäytymiseksi. *Välineellistämisellä* hän puolestaan tarkoittaa valvontakapitalismin tuotantosuhteita, jotka ohjaavat edellä mainittua mekanismia. (Zuboff 2019, 352.) Toisin sanoen, välineellistäminen muuttaa ihmisen taloudellisen tuoton objektiksi, loputtomaksi käyttäytymisen raaka-ainevirraksi, josta käyttäytymisen lisäarvoa riistetään.

Instrumentarismille on ominaista radikaali välinpitämättömyys. *Big Other* ei välitä ihmisen kokemuksen sisällöstä tai merkityksestä, se välittää vain kokemuksen typistämisestä mitattavaksi käyttäytymiseksi (Zuboff 2019, 377).

	TOTALITARISMI	INSTRUMENTARISMI
KESKEINEN METAFORA	Big Brother	Big Other
TOTALISTINEN VISIO	Täydellinen hallinta	Täydellinen varmuus
VALLAN KESKIÖSSÄ	Väkivaltakoneiston hallinta	Oppimisen hallinta
VALLAN VÄLINEET	Terrori, hierarkkinen hallinto	Käyttäytymisen modifikaation välineiden hallinta
KESKEISET MEKANISMIT	Satunnainen terrori, murhat	Käyttäytymisen lisäarvon anastus
TEORIA JA KÄYTÄNTÖ	Teoria oikeuttaa käytännön	Käytäntö pimittää teorian
SOSIAALINEN STRATEGIA	Pimittäminen ja jaot	Ennustettavien organismien toiseuttaminen
IDEOLOGINEN TYYLI	Poliittinen uskonto	Radikaali välinpitämättömyys
VAIKUTTAMINEN	Uudelleen koulutus	Käyttäytymisen modifiointi
VAATIMUS YKSILÖLLE	Absoluuttinen lojaalisuus	Absoluuttinen läpinäkyvyys

Kuva 2 Instrumentarismien vertailua totalitarismiin (Melin 2020).

Koska instrumentaristinen hallintajärjestelmä on historiallisesti täysin ennennäkemätön, Zuboff vertaa sitä totalitarismiin (ks. kuva 2, yllä), joka 1900-luvun alussa näyttäytyi yhtä lailla ennennäkemättömänä yhteiskunnallisena voimana. Toisin kuin totalitarismi, instrumentarismi pyrkii varmuuteen ilman terroria. Näin ollen olemme taipuvaisia aliarvioimaan sitä. Instrumentarismi kaappaa oikeudet vastata kysymyksiin: ”kuka tietää? Kuka päättää? Kuka päättää, kuka päättää?” (2019, 378). Kun valta määriteltiin ennen tuotantovälineiden omistuksella, nyt se määritellään käyttäytymisen modifikaation välineiden hallinnalla (Emt., 379).

Siinä missä kapitalistinen talousjärjestelmä on levinnyt yhä laajemmille yhteiskunnan alueille, valvontakapitalismi on upottanut kyntensä inhimilliseen kokemukseen, meihin. Esimerkkeinä tästä käyvät Pokémon Go -mobiilipeli ja älykäs kodinteknologia, kuten Amazonin Echo. Harmittomalta vaikuttava niin kutsuttuun *lisätyyn todellisuuteen* perustuva ilmaispelejä Pokémon Go sai sen käyttäjät liikkumaan oikeassa maailmassa - sen sijaan että peliä olisi pelattu passiivisesti esimerkiksi kodin olohuoneesta käsin. Harva miljoonista pelaajista kuitenkaan tiesi peliin kytkeytyvästä massiivisesta datankeruuoperaatiosta, saati siitä, että kolmannet osapuolet maksoivat pelin kehittäneelle yhtiölle saadakseen pelaajat vierailemaan juuri heidän ravintoloidensa tai kauppojensa välittömässä läheisyydessä. (Varghese 2019.)

Samaan tapaan harmittomalta vaikuttaa Suomessakin myytävä Amazonin Echo-kaiutin, jonka virtuaaliassistentti Alexaa voi pyytää suorittamaan tiedonhaun, käynnistämään television tai esimerkiksi luomaan muistutuksen. Toimintojen käyttäminen luovuttaa kuitenkin valtavan määrän erittäin tarkkaa ja erittäin henkilökohtaista dataa. Esimerkiksi

sairausvakuutuksen ottajan mielenterveyden tila tai olemassa olevat sairaudet voitaisiin teoriassa tarkastaa älykodin laitteilla kerätystä käyttäytymisdatasta, kuten keskustelu- ja äänitallenteista, jolloin vakuutus sopimus voitaisiin hylätä tai sille voitaisiin asettaa keskimääräistä tiukemmat ehdot. Tämä ei ole liian kaukana todellisuudesta, sillä Amazonin tiedetään laajentaneen liiketoimintojaan sairausvakuutuksiin. (Pandey 2019.)

Zuboffin valvontakapitalismin kuvausta on pidetty yleisesti ansioituneena. Kriitikot ovat katsoneet (esimerkiksi marxilaisen poliittisen talouden näkökulmasta), että Zuboff tarkastelee valvontakapitalismia liian pinnallisesti itse kapitalististen tuotantosuhteiden näkökulmasta ja jättää tämän takia yksityiskohtaisemmat vallan kysymykset huomiotta (ks. Kivotidis 2021). Zuboffin työtä on myös arvosteltu liiaksi paisutellusta uutuusarvosta, epäselvästä viitekehyksestä ja liioittelusta - joskin Zuboff onnistuu kriitikoidenkin mielestä kuvailemaan taitavasti valvontakapitalismin mekanismeja ja lainalaisuuksia (ks. Haggart 2019).

2.1.2 Big data

Data on valvontakapitalistiselle tuotantoprosessille elintärkeä raaka-aine. Ei ole sattumaa, että dataa on kuvailtu uudeksi öljyksi sen merkittävyyden ja sen sisältämän taloudellisen potentiaalin ansiosta. Kuten Sirkkunen (2016, 117) kirjoittaa,

digitaalisesta jalanjäljestä eli henkilödatasta on tullut verkkotalouden keskeisin arvon luoja ja vaihdon väline. Jos me käyttäjät olimme 2000-luvun puolivälin internet -retoriikassa kuninkaantekijöitä, kymmenen vuotta myöhemmin meidät on -- tiivistetty kuluttajaprofiileiksi, joista käydään kauppaa.

Data ei kuitenkaan ole mitä tahansa dataa, eivätkä teknologiayhtiöt toiminnoissaan nojaa pelkästään dataan, vaan enemmänkin *big dataan*. Käsitteen sisällöstä ei kuitenkaan ole olemassa täyttä yksimielisyyttä: ei esimerkiksi pelkästään riitä, että kohteena olevan datan määrä olisi suurta, jotta voitaisiin puhua *big datasta*, eikä datan määrän suhteen ole kyse pelkästään korkeasta määrästä vaan myös korkeasta laadusta. Käsitteellä voidaankin tarkoittaa sekä teknologiaa että prosessia. (Sax 2016, 26.)

Big datan synty juontuu 2000-luvun alun astronomiaan ja genomiikkaan, josta se otettiin käyttöön muilla tieteenaloilla ja myöhemmin yritystoiminnassa. Tuolloin datan kiihtyvä määrällinen kasvu alkoi kohtaamaan rajoja, ja sen tarkastelu ei enää onnistunut tavanomaisilla tutkimuskäytössä olevilla tietokoneilla. Tutkijat joutuivat kehittämään uusia työkaluja ja tapoja datamäärän analysoimiseksi ja muuttamiseksi hyödyntämiskelpoiseksi

informaatioksi. Tämän seurauksena syntyi ohjelmia, jotka otettiin nopeasti käyttöön valvontakapitalismin pioneerien, kuten Googlen toimesta. (Mayer-Schönberger & Cukier 2013, 9-10.)

Kokonaisuus, jota nimitetään big dataksi, muodostuu kaikkiaan viidestä datavirrasta: 1) tietokonevälitteisestä liiketoimesta syntyvä data, 2) asioihin, kehoihin ja paikkoihin upotetuista sensoreista syntyvä data - esimerkiksi lennokit, itseajavat autot ja kodin älylaitteet, 3) data yritysten ja valtioiden ylläpitämistä datapankeista - esimerkiksi pankit, lentoyhtiöt, maksunvälittäjät, vero- ja väestötietorekisterit ja vakuutusyhtiöt, 4) data yksityisistä ja julkisista valvontakameroista, sisältäen kaikki laitteet älypuhelimista satelliitteihin ja Street View -teknologiasta Google Earthiin, ja 5) data, joka syntyy ei-markkinalähtöisessä toiminnassa (arkipäiväisesti) - esimerkiksi Google-haut, Facebook-sivut, sähköpostit, blogit, kuvat, sosiaalisen median verkostojen kuten chat-ryhmien keskustelut ja sivuvierailut. (Zuboff 2015, 78-79.)

Edellä mainittu viides datavirta sai Googlen data-analyttikoilta nimityksen *datapakokaasu* (*data exhaust*), jota Google alkoi pian käyttämään julkilausumissaan. Datapakokaasu herättää mielikuvan hyödyttömästä sivutuotteesta, jonka kerääminen ja hallinnointi on hyväksyttävä teko. (Zuboff 2015, 79). Tämä onkin yksi retorinen keino, jolla Google oikeutti henkilökohtaisen datan riistämisen ja kaupallistamisen valvontakapitalismin synnyn aikoihin.

Käyttäytymisdatan keruuta voidaan pitää ongelmallisena paitsi yksityisyyden näkökulmasta myös laajemmin siksi, että yritykset hyödyntävät dataa muokatakseen yksilöiden päätöksentekoa. Big datan ja algoritmien fundamentaalinen vaikuttamiskeino voidaan tiivistää yhteen mekanismiin, tuuppaukseen (*nudge*), tosin big datan tapauksessa olennaista on puhua hypertuuppauksesta (*hypernudge*). Sillä ohjataan käyttäjien liikkumista verkossa ja suostutellaan käyttäjiä siirtymään esimerkiksi yhteistyökumppaneina toimiville mainossivustoille. (Yeung 2016, 2, 18.)

Vaikka keskustelua käydään käsitteen big data sisällön ympärillä, vielä enemmän keskustelua tulisi Zwitterin (2014) mukaan käydä siitä, millainen suhde big datalla on etiikkaan: big datan syntymisen myötä etiikan periaatteet saattavat olla muuttumassa ja vaatia uudelleenarviointia niin filosofiassa, ammattietiikassa, poliittisessa päätöksenteossa kuin tutkimuksessakin. Erityisen tärkeää etiikan suhteen on yllä Zuboffin esittämän big datan viides koostumus, ei-markkinalähtöinen data. Laajemmin big datalla on neljä

ominaispiirrettä: 1) dataa on nykyään enemmän kuin koskaan ennen, 2) vaikka big data onkin sotkuista, se on orgaanista, ja kuvastaa todellisuutta digitaalisesti paljon paremmin kuin tilastot, 3) big data on globaalia, koska suuret big data-joukot ovat globaalisti toimivien yritysten (esim. Google) omistamia, ja 4) big data-analyysit painottavat korrelaatiota kausaation sijasta. (Zwitter 2014, 2.)

Zwitterin mukaan kolme keskeistä big datan sidosryhmää ovat: 1) big datan kerääjät, jotka päättävät mitä dataa kerätään, ja kuinka pitkään sitä säilötään, 2) big datan hyödyntäjät, jotka voivat määrittää tai uudelleen määrittää datan käyttötarkoituksen, ja 3) big datan tuottajat, joita ovat luonnolliset toimijat (kuten ihmiset ja ei-ihmiset), keinotekoiset toimijat (kuten tietokoneet ja tekoäly) ja fyysiset ilmiöt (kuten sääilmiöt ja tähtitaivas). Näiden sidosryhmien vuorovaikutus havainnollistaa niiden välisiä voimasuhteita ja keskinäisriippuvuuksia. Big datan luomat hyperverkottuneet yhteiskunnat vahvistavat heijastevaikutuksia, joita järjestelmän sisällä syntyy. (Zwitter 2014, 3, 5) Toisin sanoen, big data kiihdyttää yhteiskunnallisia ilmiöitä. Yksittäisen toimijan vaikutukset muihin ovat suhteessa suuremmat kuin aikaa ennen big dataa, ja tällä on vaikutuksensa myös siihen, kuinka etiikassa tulee suhtautua big dataan.

Saxin mukaan digitaalisen talouden yritysten harjoittama ekstrahointi pohjautuu liberalistiseen *löytäjän saa pitää* -ajatteluun. Tämän logiikan turvin yritykset oikeuttavat datasta syntyvät havainnot tai oivallukset omaan käyttöön, kuten myös prosessissa syntyvän taloudellisen arvon. Tätä oikeutusta Sax pitää kyseenalaisena kolmesta syystä: 1) dataa ei voida pitää henkilöttömänä, sillä vaikka data olisi anonyymiä, on sillä usein vaikutuksia datan lähteelle, ihmiselle: näin ollen data on aina henkilökohtaista, 2) yritykset usein perustelevat legitiimiyytään datan käyttöön käyttäjän antamalla suostumuksella: tämän kehnon ja liian suoraviivaistavan (ks. myös Sirkkunen 2016, 130) argumentin mukaan ihminen olisi siis oletusarvoisesti täydellisen rationaalinen *homo economicus*, ja 3) oikeudenmukaisuus tosiasiallisesti edellyttäisi selkeän lopputuloksen tietämistä: ihmiset eivät kuitenkaan voi tietää datan ekstrahoisprosessin lopputulosta, joten järjestelyä ei voida pitää oikeudenmukaisena. (Sax 2016, 25, 30.)

Tutkimusta digitalisaation, esineiden internetin, big datan ja sosiaalisen median vaikutuksesta ihmiseen ja yhteiskuntaan on tehty viime vuosina enenevässä määrin. Vaikka tämän tutkimuksen kannalta juuri Zuboffin tapa tarkastella aihepiiriä onkin keskeinen, ei Zuboff ole ainoa digitaalisen talouden kriitikko - huolimatta siitä, että digitaalisen talouden

kriitikot muuten ovatkin marginaalissa. Seuraavassa alaluvussa esitellään eri tutkijoiden teorioita ja konstruktioita, jotka vaikuttavat sijoittuvan Zuboffin valvontakapitalismin kanssa samalle jatkumolle.

2.1.3 Digitaalisen talouden kritiikki

Teoreettisilta lähtökohdiltaan Zuboffin valvontakapitalismi sijoittuu kriittisen digitalisaatiota koskevan tutkimuksen sekä yhteiskuntatieteellisen tutkimuksen maastoon. Tältä taustalta on jonkin verran olemassa olevaa kriittistä tutkimusta, joskin kokonaisuus on melko hajanainen ja monialainen. Tutkimusta on tehty esimerkiksi valvonnan ja yhteiskunnan tutkimuksessa, mediatutkimuksessa, liiketoiminnan etiikan tutkimuksessa ja poliittisen talouden tutkimuksessa. Seuraavaksi käsitellään lyhyesti muita kirjoituksia ja teoretisointeja, jotka koskevat valvontakapitalismia ja digitaalisen talouden kritiikkiä.

Valvontakapitalismia ovat edelleen teoretisoineet ja osin laajentaneet esimerkiksi Aho ja Duffield (2020), Andrew ja Baker (2019), Shahin ja Zheng (2018), Gidaris (2019) ja Hernández-Ramírez (2019). Valvontakapitalismin suhteen rinnakkaisena käsitteellistykseenä voidaan pitää Flyverbomin, Deibertin ja Mattenin *internet-teollista kompleksia* (2017).

Aho ja Duffield tarkastelevat valvontakapitalismin kehityksen laajamittaisia yhteiskunnallisia seurauksia. Euroopassa käyttöön otettu EU:n yleinen tietosuojasetus (GDPR) edustaa heidän mukaansa vastatoimea, jonka pyrkimyksenä on vähentää valvontakapitalismin valtaa ja valtioiden tiedonkeruuta sen omista kansalaisistaan. Tästä poiketen Kiinan sosiaalinen luottoluokitusjärjestelmä (*social credit system, SCS*) on esimerkki myötäilevästä otteesta: järjestelmä myötäilee valvontakapitalismin logiikkaa, mutta tekee sen edistämällä valtionhallinnon tarkoituksperiä. (Aho & Duffield 2020, 2.) Myös Andrew ja Baker ovat pohtineet EU:n tietosuojasetuksen merkitystä valvontakapitalismin hillitsemiseksi. He esittävät, että se kaikesta huolimatta jättää aukon yrityksille kerätä Zuboffin kuvaamaa käyttäytymisdataa ja jatkaa sen myymistä ilman merkittäviä esteitä. Kirjoittajat ehdottavat kokonaisvaltaisempia yksityisyyttä koskevia politiikkatoimia. (Andrew & Baker 2019, 11-12.)

Shahin ja Zheng (2018) tarkastelevat valvontakapitalismiin rinnastuvia massiivisia valtiojohtoisia datahankkeita, Intian biometristä tietokantajärjestelmä Aadhaaria ja Kiinan SCS-järjestelmää. Toiminnallaan järjestelmät rakentavat illuusiota valinnanvapaudesta, nojaten erityisesti (valheelliseen) käsitykseen, että palveluihin sitoutuessaan yksilö tekee

valistuneita kustannus-hyötyanalyysijä. Sama ilmiö koskee kirjoittajien mukaan yhdysvaltalaisia teknologiayhtiöitä (Emt., 2). Näin haittavaikutukset ovat yksilön itsensä vastuulla, mitä voidaan pitää ideologisenä harhautuksena.

Gidaris tarkastelee datalähtöisiä vakuutus sopimuksia. Niissä vakuutuksen ottaja käyttää puettavaa älylaitetta, joka seuraa käyttäjän fyysistä aktiivisuutta. Käyttäjä saa pisteitä vakuutusyhtiön määrittelemien päivittäisten terveellisten aktiviteettien suorittamisesta, ja pisteillä saa alennusta muun muassa vuosittaisista vakuutusmaksuista, ja tarjouksia verkkokauppoihin, kuten Amazoniin. Gidariksen mukaan tämän järjestelyn perimmäisenä tarkoituksena ei niinkään ole kohentaa käyttäjien terveydentilaa tai kuntoa, vaan ekstrahoida yhä tehokkaampaa ja läpäisevämpää käyttäytymisdataa kaupallisiin tarkoituksiin. (Gidaris 2019, 137.)

Hernández-Ramírez (2019) puolestaan kirjoittaa valvontakapitalismista ja *lisätystä toimijuudesta* (augmented agency), jotka uhkaavat ihmisen tosiasiallista vapautta. Suhdettamme teknologiaan tulisi käsitellä *dialektisin* termein, teknologiavälitteisenä *tulemisena*: verrattuna ei-ihmisiin meillä on kyky luoda ja käyttää työkaluja, ja näin ollen luoda olosuhteemme. Riippuvuutemme älylaitteisiin on kuitenkin johtanut siihen, että ne määrittävät toimintaamme ja sopeuttavat meidät. Ääniohjattavat älylaitteet, kuten Amazonin Alexa, eivät tosiasiaassa tarjoa helpotusta arkeen, vaan ”väärän tietoisuuden tunteen lisätystä toimijuudesta” (Hernández-Ramírez 2019, 22.)

Flyverbom, Deibert ja Matten ovat analysoineet niin kutsuttua internet-teollista kompleksia (2017), jota voidaan käsitteenä pitää läheisenä valvontakapitalismin aihepiirin kannalta. Käsitteellä he kuvaavat liiketoimen, valtioiden ja muiden toimijoiden yhteenliittymää, jolla on valta muokata, kehittää ja hallinnoida internetiä. Flyverbom ym. mukaan digitaalinen muutos kiteytyy kahteen prosessiin, 1) 1950-luvulta alkanut *digitalisaatio*, jossa analogista tietoa muutettiin digitaalseksi ja säilöttiin sähköisesti, ja 2) viimeaikaisempi *datafikaatio*, joka kuvaa sekä ihmisten online-ympäristöissä jättämiä digitaalisia jälkiä että kehittyneiden työkalujen käyttöönottoa, jolloin datamalleja voidaan integroida, analysoida ja visualisoida päätöksenteossa ja kaupallisissa tarpeissa. Näiden prosessien avulla digijätit ja -alustat muokkaavat tapojamme ymmärtää maailmaa. (Flyverbom, Deibert & Matten 2017, 3-4, 6.)

Kriittisiä arvioita viimeisten vuosikymmenten aikana tapahtuneesta teknologian kehityksestä, niin kutsutusta ”digitaalisesta vallankumouksesta” sekä digitaalisesta globaalista taloudesta ovat Zuboffin ja aiemmin tässä alaluvussa mainittujen tutkijoiden

ohella esittäneet joukko tutkijoita eri tutkimusaloilta. Useat näistä digitaalisen talouden kriitikoista yhdistelevätkin kriittistä teoriaa (ks. luku 2.2 Kriittinen tutkimustraditio), tieteen- ja teknologian tutkimusta, toimijaverkkoteoriaa, posthumanismia ja esimerkiksi filosofian kokonaisuuksia tutkimukseen digitalisaatiosta ja digitaalisuuden merkityksistä. Nämä tutkijat ovat ottaneet paikoin marxilaisen viitekehyksen, paikoin kriittisen tutkimustradition viitekehyksen tarkastellessaan digitaalista taloutta.

André Vitalis on tutkinut teknologia- ja digitalisaatiokritiikkiä, ja kirjoittaa teoksessaan (2016) niin kutsutusta *digitaalisesta vallankumouksesta*. Vitalis esittää, että hallitakseen teknologiaa ihmisen tulisi asettaa sille rajoja (Emt., 2016, 104). Christian Fuchs, itävaltalainen mediatutkija, joka yhdistelee sosiologiaa, marxilaista tutkimusperinnettä ja kriittistä teoriaa, on tutkinut muun muassa digitaalista työtä, sosiaalista mediaa ja informaatioyhteiskuntaa (Fuchs 2013), ja niin kutsuttua *big data* -kapitalismia (Chandler & Fuchs 2019), joka käsitteenä lähentyy Zuboffin valvontakapitalismia.

Joseph Turow, yhdysvaltalainen viestinnän tutkija, on puolestaan tutkinut kohdennettua mainontaa ja sen toimintamekanismeja, mainosten tunkeilevuutta sekä niiden yhteiskunnallisia vaikutuksia (Turow 2011). Turowin teoksessa *The Daily You* keskitytään kuitenkin vallitsevan taloudellisen järjestyksen ja kokonaiskuvan sijasta lähtökohtaisesti kuvailemaan niitä toimijoita, jotka ovat valvontakapitalistien asiakkaita: mainostajat ja markkinoijat.

Amerikkalainen filosofi Andrew Feenberg tunnetaan erityisesti kriittisestä teknologiatutkimuksesta (*critical technology studies, CTS*). Feenberg, Frankfurtin koulukunnan teoreetikko Herbert Marcusen oppilas, on 1990-luvulta alkaen systemaattisesti kehittänyt kriittistä teknologiateoriaa ja pohtinut muun muassa sitä, kuinka teknologiat voivat palvella valtaapitäviä joko alistamisen instrumentteina tai toimia laajemmin yhteiskunnallisen emansipaation ja demokratisoinnin välineinä. (Kellner 2017, 263.) Feenbergin tuorein teos, jossa hän tuo yhteen pitkän uransa aikana työstämiään tutkimusaiheita, esittelee niin kutsuttua *teknosysteemiä*. Sitä hän kuvaa teknonationaalisten oppien ja operaatioiden kenttänä markkinoilla, hallinnossa ja teknologioissa. (Feenberg 2017, x.) Feenberg esittää, että aiempi kriittinen tutkimus digitaalisesta taloudesta ei keskity kokonaiskuvaan, vaan on fokusoitunut liiaksi yksityiskohtiin, ja tuominnut sen ilman perusteita (Emt., 110-111). Käytännössä digitaalinen talous voi pitää sisällään *emansipaation* edellytykset.

Lopuksi on myös mainittava Suomessa teknologia- ja digitalisaatiokriittisyydestään tunnetuksi tullut, tietokirjan *Kone kaikkivaltias* kirjoittaja, journalisti Pekka Vahvanen (ks. Vahvanen 2018). Tiivistetysti, hän katsoo digitalisaation aiheuttaneen pääasiassa negatiivisia vaikutuksia sekä yhteiskunnalle että ihmiselle, ja esittää, että asiat olisivat kaikin puolin paremmin ilman digitalisaatiota. Tässä tutkimuksessa otetaan eri näkökulma: digitaalinen talous ymmärretään järjestelmänä, jota voidaan myös muuttaa ja uudelleen järjestellä siten, että se soveltuu paremmin yhteiskunnan ja koko ekosysteemin tarpeisiin.

2.2 Kriittinen tutkimustraditio

2.2.1 Frankfurtin koulukunta ja kriittisen teorian synty

Nimestään huolimatta kriittinen teoria ei varsinaisesti ole tarkkarajainen yleinen teoria, vaan sitä voidaan luonnehtia enemmänkin yhteiskunnallisen analyysin menetelmäksi tai tutkimukselliseksi lähestymistavaksi, joka juontuu ”ei-positivistisesta epistemologiasta” (Antonio 1981, 330). Positivistisen tutkimuksen, jossa korostuvat objektiivinen havainnointi ja määrälliset mittarit, jyrkkänä vastakohtana kriittinen tieteenfilosofia katsoo, että ”todellisuus muovautuu ja tarkentuu erilaisten sosiaalisten, poliittisten, kulttuuristen, ekonomisten, eettisten ja sukupuoleen liittyvien tekijöiden kokonaisuudessa” (Metsämuuronen 2006, 86). Siinä tiedonintressi on emansipatorinen, ja tiedon funktiona on ideologiakritiikki (ks. taulukko 1, alla).

	<i>luonnontiede, systemaattinen yhteiskuntatiede</i>	<i>humanistinen tiede</i>	<i>kriittinen yhteiskuntatiede, psykoanalyysi</i>
<i>tiedonintressi</i>	tekninen	hermeneuttinen	emansipatorinen
<i>tiedon funktio</i>	ennustaminen	ymmärtäminen	ideologiakritiikki
<i>päämäärä</i>	luonnon ja yhteiskunnan kontrolli	tradition välitys ja tulkinta	väärästä tietoisuudesta vapautuminen

Taulukko 1 Eri tieteenfilosofioiden lähtökohdat, Niiniluodon (1997, 71-72) mukaan Habermas (1967).

Tarkemmin kriittinen teoria liitetään niin kutsutun Frankfurtin koulukunnan ajatteluun. Tässä ja seuraavassa alaluvussa tarkastelen lyhyesti Frankfurtin koulukunnan historiaa ja niin kutsuttua perinteistä kriittistä teoriaa, sekä myöhempää kriittistä teoriaa. Samalla esittelen tutkimuksen kannalta keskeiset kriittiseen teoriaan yhdistetyt käsitteet.

Kriittinen teoria sai alkunsa Frankfurtin koulukunnan teoreettisesta työstä. Sen tutkijat työskentelivät Saksan Frankfurtissa *Institut für Sozialforschungissa*. Instituutti perustettiin vuonna 1923, mutta pian 1930-luvulla se joutui kansallissosialismin alta maanpakoon Yhdysvaltoihin. Koulukunnan teoreetikoiksi lasketaan instituutin ensimmäisen johtajan Max Horkheimerin lisäksi tavallisesti Theodor W. Adorno, Walter Benjamin, Erich Fromm, Herbert Marcuse sekä Jürgen Habermas. (Bronner 2011, 3, 12; Harvey 1990, 2; Held 2013, 14). Näitä tutkijoita, jotka edustivat eri tieteenaloja kuten filosofiaa, sosiologiaa, taloustiedettä, psykologiaa ja psykoanalyysiä, yhdisti sekä halu saattaa yhteen yhteiskunnallinen tutkimus ja ajankohtaiset yhteiskunnalliset muutokset että näkemys, jonka mukaan tutkija voi ”olla mukana luomassa muutosta” (Malin, Aaltio & Takala 2010, 327).

Keskeisiä varhaisempia vaikuttajia Frankfurtin koulukunnalle olivat Immanuel Kant ja Karl Marx. Vaikka koulukunnan teoreetikot arvostelivatkin Kantia, on hän merkityksellinen erityisesti *kritiikin* käsitteelle: Kantille kritiikki oli itsenäisen ja rationaalisen subjektin toteuttamaa täsmällistä järjen toimeenpanoa, jolla tämä pyrki valtaapitävien vaikutuksesta huolimatta karkottamaan myytit ja perusteettomat uskomukset. Kriittisen teorian käsitys eroaa tästä siten, että se vaatii kaiken kritiikin olevan myös poliittisesti sitoutunutta. Marx pyrki Kantin tavoin häivyttämään kaikki ideologiset harhauttamispyrkimykset - joskin keskeistä oli vallitsevan yhteiskuntajärjestyksen muuttaminen kansainvälisten vallankumousten keinoin. (Felluga 2015, xxiii.)

Horkheimer pyrki muiden Frankfurtin koulukunnan jäsenten tavoin kehittämään ja uudelleenarvioimaan Marxin ajattelua: erityisenä motivaationa tälle oli se, että Marxin ennustamia vallankumouksia ei koskaan tapahtunut. Laajemmin Frankfurtin koulukunnan kriittisen teorian tavoitteina voidaan pitää pyrkimystä taistella ideologista mystifikaatiota, luokkasortoa ja hegemoniaa vastaan, ja vapautua, tai edes muuttaa yhteiskunnallisia olo- ja voimasuhteita paremmaksi. (Felluga 2015, xxiii.) Samalla kriittinen teoria pyrkii kuitenkin kyseenalaistamaan juuri sellaisia kategorioita, kuten *parempi*, *hyödyllinen*, *sovelias*, ja *tuottava* (Horkheimer 1972, 206-207), ja esittämään lannistumatonta kritiikkiä myös sen omaa, idealistista ajatteluaan kohtaan (Felluga 2015, xxiv).

Frankfurtin koulukunnan ominaispiirteenä voidaan pitää filosofian ja empiirisen tutkimuksen yhdistämistä. Instituutin alkuaikojen tehtävänä oli *monitieteellisen materialismin* keinoin tutkia talouden, kulttuurin ja yksilön psyyken välistä yhteenkietoutumista. Samalla Horkheimer kuitenkin vastusti traditionaalisia materialismin

merkityksiä ja irtisanoutui mekanistisesta marxilaisuudesta. (Moisio & Huttunen 1999, 11-13.) Horkheimerin näkemyksenä oli, että kriittisen teorian avulla voitaisiin ”yhdistää yksilöiden ja yhteiskunnan tutkiminen ja etsiä niitä tekijöitä, joilla ihmiset tiedostamattaan vahvistavat heitä itseään vastaan vaikuttavia rakenteita” (Lintula 2010, 422). Koulukunnan ajattelu kehittyi alkuaikojen poliittisen talouden kritiikkiin pohjaavasta monitieteellisen materialismin ohjelmasta myöhemmin modernin tieteen, teknologian ja välineellisen järjen filosofiseen kritiikkiin (Moisio & Huttunen 1999, 32).

Kehityksen nähdään tapahtuneen pääasiassa Horkheimerin ja Adornon teoksen *Valistuksen dialektiikka* (ks. 2008; alkuperäinen teos ilmestyi vuonna 1947) myötä. Sen taustalla olivat toisen maailmansodan, holokaustin sekä työväenliikkeen epäonnistumisen kokemukset. Tiede oli Horkheimerin ja Adornon mukaan menettänyt sekä mahdollisuutensa todella ymmärtää yhteiskuntaa että kykynsä tuottaa todellista kritiikkiä: tieteen metodeista oli tullut muodollisia, välineellistyneitä ja tiede yleisesti ottaen oli alkanut mukautumaan suhteessa ympäröivään ja vallitsevaan yhteiskuntaan. (Moisio & Huttunen 1999, 32.) Kuten Horkheimer ja Adorno kirjoittavat esipuheessa, valistuksen jatkuva itsetuho

pakottaa ajattelua sulkemaan silmänsä ja korvansa kaikilta ajan hengen totumuksilta ja suuntautumisilta. Kun julkisuus on päätenyt tilaan, jossa ajatuksesta tulee vääjäämättä tavaraa ja kielestä sen mainosväline, niin yritettäessä jäljittää tällaista turmelusta on kieltäydyttävä noudattamasta totuttuja kieli- ja ajatusvaateita. (Horkheimer & Adorno 2008, 13-14.)

Horkheimerin *Välineellisen järjen kritiikki* (ks. 2008; alkuperäinen teos ilmestyi vuonna 1947) pohjautui Valistuksen dialektiikasta pidettyihin luentoihin (Moisio & Huttunen 1999, 33). Teoksessa Horkheimer esittää järjen kaksi lajia: subjektiivinen järki, joka kapeana järjen lajina on keskittynyt yksinomaan keinoihin ja päämääriin: ”se ei pane paljoakaan painoa sille, ovatko päämäärät itsessään järkeviä” (Horkheimer 2008, 16), sekä objektiivinen järki, jonka mukaan ”järki on olemassa voimana paitsi yksilötietoisuudessa myös objektiivisessa maailmassa” (Emt., 17). Hän katsoo, että molemmat ovat olleet olemassa historian alusta saakka ja on ”pitkän kehityksen tulosta, että edellinen [subjektiivinen järki] on lyönyt laudalta jälkimmäisen” (Emt., 19). Objektiivisen järjen aseman murentanut pitkä kehitys tiivistyy valistusta seuranneeseen uuteen aikaan, varhaiseen liberaaliin kapitalismiin, jolloin nykyisen teollisuusyhteiskunnan perusta syntyi. Horkheimer ei kuitenkaan pidä kannattavana paluuta objektiiviseen järkeen. Jonkinlaisena ratkaisuehdotuksena voidaan sen sijaan pitää näiden vastakkaisten järjestäisyyksien sovittamista, eli *kriittisen teorian* tarjoamaa *dialektista* ymmärrystä (Moisio & Huttunen 1999, 35).

Kun subjektiivinen järki otti lopulta voiton objektiivisesta järjestä, typistyi järki valtaapitävien työkaluksi, *välineelliseksi järjeksi*. Se ilmentää kapitalistisen yhteiskunnan ominaispiirrettä, kaiken muuntamista kvantifioitavaksi yksiköksi (Smulewicz-Zucker 2017, 185), mutta tämä ei sellaisenaan riittänyt selittämään Horkheimerille ja Adornolle yhtäältä totalitarismin syntyä ja toisaalta modernin kapitalistisen yhteiskunnan toimintaperiaatetta. Viimeinen puuttuva palanen yhtälössä oli massakulttuuri - tarkemmin *kulttuuriteollisuus* - jonka teknologioineen katsottiin yhdessä välineellisen järjen kanssa lietsovan sekä yhteiskunnallista mukautuvaisuutta vallitseviin normeihin ja asenteisiin että ylläpitävän yhteiskunnallista kontrollia. (Emt., 192-193.) Kulttuuriteollisuudessa *kulttuuria itsessään* tarkasteltiin kauppatavarana (*commodity*).

Kriittiset teoreetikot pyrkivät kehittämään ja uudelleenjäsentämään myös sitä prosessia, jota he kutsuivat *kritiikiksi*. Keskeisimpänä kritiikin muotona voidaan pitää niin kutsuttua immanenttia kritiikkiä (*immanent critique*). Se on yhteiskunnallisen kritiikin muoto, jossa kritisoitavaa kohdetta arvostellaan sen omista lähtökohdista käsin. Kantavana ajatuksena on se, että kritiikin tulee pyrkiä muuhun, kuin pelkkään moraaliseen tuomitsemiseen. Immanentissa kritiikissä osoitetaan, kuinka vallitsevat tekemisen ja ajattelemisen tavat eivät ainoastaan epäonnistu suhteessa meidän käsitykseemme oikeasta tai väärästä, vaan ne epäonnistuvat suhteessa myös *omiin* käsityksiinsä. (Stahl 2013, 1-2.)

Teoreettisesti immanentti kritiikki pohjautuu saksalaisen idealismin avainhahmo Hegelin ajatteluun (Antonio 1981), ja teoriaa kehittivät edelleen sekä Marx että Frankfurtin koulukunnan teoreetikot. Immanentilla kritiikillä pyritään havaitsemaan yhteiskunnallisia ristiriitaisuuksia, jotka tarjoavat suurimmat mahdollisuudet emansipatoriselle yhteiskunnalliselle muutokselle (Antonio 1981, 332), siis käytäntöjen transformaatioon, niin toiminnan kuin itse-ymmärryksenkin saralla. (Stahl 2013, 7.)

Frankfurtin koulukunnan teoreettisen työn vaikutus myöhemmälle teoreettiselle liikehdinnälle yhteiskuntatieteessä, filosofiassa ja psykoanalyysissä on ollut huomattava. Seuraavaksi tarkastelen myöhempää kriittistä teoriaa keskittyen tutkimukseni asetelman kannalta tärkeimpien ajattelijoiden ohella erityisesti ideologian teoreettiseen käsitteeseen. Frankfurtin koulukunnan teoreetikot tarjosivat työllään tärkeitä alustuksia ideologian käsitteen myöhemmälle kehitykselle, mutta käsitteen teoreettisessa työstämisessä on tapahtunut merkittäviä harppauksia kriittisen tutkimuksen uuden sukupolven toimesta.

2.2.2 Myöhempi kriittinen teoria

Nykymuodossaan kriittinen teoria muodostuu laajasta kentästä muun muassa yhteiskuntatieteellistä, sosiologista, filosofista, humanistista ja kulttuuria koskevaa tutkimusta. Toisinaan alkuperäistä Frankfurtin koulukunnan kriittistä teoriaa ja nykyaikaisempaa kriittistä tutkimusta on pyritty erittelemään englannin kielessä kieliasulla: *Critical Theory* isoine alkukirjaimineen on viitannut Frankfurtin koulukuntaan, kun taas *critical theory* pienellä kirjainkoolla kirjoitettuna yksittäiseen kriittisen teorian tutkimuskohteeseen (esimerkiksi postkolonialismiin) tai yleisemmin joukkoon myöhempää kriittistä tutkimusta (Bohman 2005). Moderni kriittinen tutkimus on vuosien aikana laajentunut eri aloille ja saanut erilaisia muotoja, esimerkiksi feministisen, postmodernin, posthumanistisen, spekulatiivisen realismin ja toimijaverkkoteoreettisen tutkimuksen parissa (Bohman 2005; Felluga 2015, viii).

Thompsonin mukaan kriittistä teoriaa voidaan sen nykytilassakin kuvailla yhteiskunnallisen kritiikin muodoksi, johon on rakennettu sisään arvioimisen, päättelyn ja muutoksen elementit. Sen epistemologia eroaa siis radikaalisti valtavirtaisen teorian ja yhteiskuntatieteen epistemologiasta (Thompson 2017, 1). Kriittisen teorian kykyä sinnitellä voidaan selittää sen ”eksplanatiivisella tehokkuudella”, ja sillä, että kriittinen teoria ja tutkimus pyrkii paitsi ylittämään oppi- ja tutkimusalojen raja-aidat myös aikaansaamaan konkreettisia muutoksia yhteiskunnallisissa käytännöissä ja rakenteissa (Emt., 12).

Kriittinen ajattelu ja kriittinen tutkimus eivät ole kuitenkaan yksi ja sama asia. Voimme kyllä harjoittaa kriittistä ajattelua, mutta kriittinen tutkimus toteutuu vain tiettyjen reunaehtojen täytyessä. Lintula esittelee Johnsonin ja Duberleyn (2003) määrittelemät neljä laajaa teemaa, jotka tekevät tutkimuksesta kriittisen: 1) siinä korostetaan todellisuuden sosiaalista rakentumista, 2) siinä keskeisen tavoitteen, emansipaation, lähtökohta muotoutuu vallan ja ideologian kysymyksistä: nämä vaikuttavat todellisuuden rakentumiseen ja estävät ihmisiä toteuttamasta itseään valtarakenteiden ja ideologisen hegemonian pimittäessä vastakkainasettelua ja luodessa vääriä odotuksia, 3) sosiaalisissa ilmiöissä ja organisaatiossa on huomioitava monimutkaiset riippuvuudet ja historiallinen konteksti, ja 4) sosiaalinen todellisuus tulee luoduksi arjen toiminnassa, mistä syystä *käytäntö* on olennainen kriittiselle tutkimukselle. (Lintula 2010, 422.)

Tärkeää käsitteellistä työtä modernissa kriittisessä teoriassa Lintulan mainitseman toisen teeman osalta on tuottanut brittiläinen kulttuurikriitikko ja filosofi Mark Fisher, jonka

pääteoksena pidetään vuonna 2009 ilmestynyttä teosta *Capitalist Realism - Is There No Alternative?* Teoksessa Fisher esittelee erityisesti *kapitalistisen realismin* ja *liiketoimintaontologian* käsitteet. Kapitalistinen realismi kuvaa laajalle levinnyttä tunnetta, jonka mukaan ”kapitalismi ei pelkästään näyttäydy ainoana mahdollisena poliittisena ja taloudellisenä järjestelmänä” vaan ”on myös miltei mahdotonta edes *kuvitella* vaihtoehtoa sille” (Fisher 2009, 7) - toisin sanoen, on helpompi nähdä maailmanloppu kuin kapitalismin loppu. Liiketoimintaontologialla (business ontology) puolestaan viitataan tapaan, jossa kaikki yhteiskunnalliset toiminnot ja ilmiöt ja ulottuvuudet ymmärretään liiketoiminnan kautta, eli nojaten liiketoiminnallisiin fundamentteihin, terminologiaan ja päämääriin (Emt., 17). Käsite vaikuttaa rinnastuvan Horkheimerin ja Adornon välineelliseen järkeen, joskin on sitä tarkkarajaisempi.

Toinen tutkimukseni kannalta keskeinen moderni kriittinen teoreetikko on slovenialainen kulttuurikriitikko ja filosofi Slavoj Žižek. Žižekiä pidetään keskeisenä nykyaikaisena Hegelin ja Marxin tulkitsijana, joskin hän lähestyy näitä Jacques Lacanin psykoanalyttisen teorian kautta. Hänen pääkontribuutionaan voidaan pitää ideologian käsitteen laajentamista ja edelleen työstämistä, jossa keskeinen on vuonna 1989 ilmestynyt pääteos *The Sublime Object of Ideology* (ks. 2008b). Žižekiä onkin siteerattu paljon erityisesti kriittisessä yhteiskuntavastuun tutkimuksessa. Tämän tutkimuksen kannalta katson, että Žižek onkin hyödyllinen juuri ideologian käsitteen kannalta.

Kuten edellä on esitetty, kriittisen tutkimusperinteen yksi keskeisimmistä sisällöistä koskee ideologiaa - ideologian tutkimusta kutsutaankin usein *ideologiakritiikiksi*. Se yhdistää sekä perinteisen että modernin kriittisen teorian, joskin eri koulukunnilla on vastaavasti eri näkemyksiä siitä, mitä ideologia tarkoittaa. Arkisesti ideologialla voidaan tarkoittaa esimerkiksi joukkoa ideoita, jotka tietyillä ryhmillä tai luokilla on, jotain identiteettiin liittyvää, tai toimintaan perustuvia uskomuksia (Eagleton 1991, 1-2). Kriittinen tutkimus lisää tähän arkiseen ymmärrykseen vallan tason: siinä ideologia ymmärretään kyllä ideoiksi, identiteetiksi ja uskomukseksi, mutta yhteiskunnallisten valta-asetelmien näkökulmasta. Ideologia liittyy siis olennaisesti siihen, kuinka vallitseva ryhmä tai luokka legitimoivat valtansa. (Emt., 5.)

Kriittisessä teoriassa ideologia käsitetään yksikkönä: siinä missä julkisessa keskustelussa saatetaan puhua ideologioista monikkomuodossa (esimerkiksi poliittisten puolueiden eri *ideologioita*), kriittisessä tutkimuksessa ideologia ymmärretään yhtenä, joskin alati

muuttuvana, kokonaisuutena. Siten tässä tutkimuksessa ideologia ymmärretään sen arkisen merkityksen sijasta marxilaiseen poliittisen talouden kritiikkiin pohjautuvaksi, myöhemmin kriittisen tutkimusperinteen jäsentämäksi teoreettiseksi konstruktioksi. Seuraavaksi esittelen eri tapoja ymmärtää ideologia. Felluga (ks. 2015) jakaa ideologian marxilaiseen, althusserilaiseen, jamesonilaiseen ja žižekläiseen käsitykseen.

Marx, siitä huolimatta, ettei esittänytkään erityisen tarkkarajaista määritelmää ideologialle (Oittinen 2018, 85), ymmärsi ideologian sellaisenaan hämärtävän alistettuun yhteiskuntaluokkaan kohdistuvaa väkivaltaa ja riistoa. Ideologiassa on siis Marxin mukaan kyse ideoiden, käsitysten ja tietoisuuden tuotannosta. Se toimii yhteiskunnallisen järjestyksen *ylärakenteena* (superstructure), johon yhteiskunnan kulloinkin vallitsevat ideat kytkeytyvät (Oittinen 2018, 91). Koska ideologia pohjautuu hämärtämiseen, johtaa se vääjäämättä hallitsevan ideologian loogisiin ristiriitoihin, jotka voidaan tuoda näkyville palaamalla yhteiskunnan materiaalisiin olosuhteisiin, *perustaan* (base) - eli kapitalistisiin tuotantotapoihin ja -suhteisiin. (Felluga 2015, 146.) Marxilaisessa käsityksessä ideologia, *ylärakenne*, ymmärretään ylitettävissä olevaksi esteeksi, jonka takana on jokin tietty ”totuus” (Emt., 171-172). Yksinkertaistetusti ideologiaa voi kuvailla kaavana: ”ihmiset eivät kyllä sitä [ideologian vaikutusta] itse tiedä, mutta niin he kuitenkin tekevät [ts. elämässään toimivat]” (Marx 1974, 80; ks. myös Žižek 2008b, 24).

Althusserilaiseen (ranskalaisen filosofin Louis Althusserin mukaan) ajatteluun perustuvassa ideologiakäsityksessä (ks. esim. Althusser 2001) tästä eroten katsotaan, että perinteinen marxilainen käsitys, jossa ideologia peittää todellisen maailman niin sanotulla väärällä totuudellaan (false consciousness), on virheellinen. Ideologia ei nimittäin heijasta todellista maailmaa, vaan pikemminkin representoi yksilöiden *kuvitteellista suhdetta maailmaan*. Toisin sanoen, se, mitä ideologia oikeasti ”(väärin)representoi, on siis jo yhden askeleen päässä todellisesta maailmasta”. (Felluga 2015, 148.) Althusserin mukaan *Todellista* (ison alkukirjaimen *Real*) maailmaa ei voida koskaan saavuttaa siitä syystä, että yksilöt ovat riippuvaisia kielestä - yksilöt ovat siis aina ”ideologiassa” (Emt., 149). Althusserilainen käsitys nojaa vahvasti Jacques Lacanin psykoanalyttiseen teoriaan, josta *Todellisen* käsite on muun muassa peräisin.

Samalla althusserilaisessa käsityksessä kuitenkin katsotaan, että ideologialla on materiaallinen olemassaolo, koska se esiintyy aina jonkin koneiston, kuten median tai koulutusjärjestelmän, ja sen käytännön yhteydessä. Ideologia on niin läpäisevä, että se

näyttäytyy yksilöille totena tai itsestäänselvyytenä, ja tekee yksilöistä subjekteja *interpellaatiolla*, kutsuhuudolla. Kuuluisan esimerkin mukaan poliisin kutsuhuuto kadulla saa yksilön kääntymään 180 astetta ja tekee näin yksilöstä välittömästi subjektin. (Felluga 2015, 149.) Se mikä tuntuu olevan ei-ideologista, on todellisuudessa ideologista, sillä ideologia ei koskaan sano: ”olen ideologinen” (Althusser 2001, 118).

Amerikkalainen filosofi Fredric Jameson käsittää ideologian pääasiallisesti althusserilaisen perinteen mukaisesti. Althusserin pessimismistä poiketen jamesonilaisessa ideologiakäsityksessä katsotaan, että ideologiasta tulee pyrkiä pääsemään irti, vaikka se tuntuisikin mahdottomalta. Tämä siksi, että ideologisten fantasiarakennelmien tausta muodostuu käsinkosketeltavista ja aidoista yhteiskunnallisista antagonismeista. (Felluga 2015, 150.) Jamesonin voi siis katsoa ideologiakäsityksessään pyrkivän palaamaan ainakin osittain Marxin ideologiakäsitykseen.

Lopulta, Žižek kuvailee ideologiakäsitystään *ideologiseksi fantasiaksi*. Siinä tarjotaan freudilaisen psykoanalyysin *fetismin* teoriaa selityksenä sille, miksi on mahdollista, että yksilöt noudattavat ideologiaa, vaikka he ymmärtäisivätkin sen olevan harhaa, haitallista tai väärin. Tällaisesta ristiriidasta voidaan käyttää esimerkkinä rahaa: saatamme hyvin tietää, että rahalla ei ole mitään erityistä valtaa meihin ja että raha on todellisuudessa tapa vieraannuttaa hyödykkeet niiden suhteesta työvoimaan - mutta käyttäydymme silti niin kuin sillä olisi valtaa meihin. (Felluga 2015, 151; Žižek 2008b, 27.)

Poiketen althusserilaisesta ja jamesonilaisesta ideologiakäsityksestä, žižekläisessä katsotaan, että ideologia näkyy tekemisessä (Žižek 2008b, 27-28), ei tietämisessä. Žižek korostaa ideologian vaikutustavassa *kyynistä etäisyyttä*. Ideologian kohteena olevat yksilöt ovat kyynistyneet ideologian vaikutuksista eivätkä ota sitä tosissaan, mutta *silti* he toimivat sen mukaan. Tätä ideologian toimintakaavaa voi kuvata seuraavasti: ”he tietävät, että teoillaan he noudattavat illuusiota, mutta silti he toimivat niin [kuin näin ei olisi]” (Žižek 2008b, 30).

Tässä tutkimuksessa ymmärrän ideologian althusserilaisesta ja žižekläisestä näkökulmasta. Kiinnityn erityisesti Žižekin ideologiseen fantasiaan, joka nähdäkseni kuvastaa parhaiten ideologian peruselementtejä: se ei ole väärä todellisuus, vaan kuvitteellinen todellisuus, johon ei koskaan voida päästä käsiksi ideologian perusluonteen takia. Tämän lisäksi ideologia korostuu (väärin)tekemisessä, ei (väärin)tietämisessä. Vaikka ideologia on

kuvitteellista, on sen seurauksena kuitenkin todellisia sosioekonomisia seurauksia, ongelmia ja ristiriitaisuuksia.

Kriittistä teoriaa, ja kriittistä tutkimusta laajemminkin, on usein arvosteltu siitä, ettei sen esittämiä malleja voida osoittaa vääräksi. Freundlib (2000) esittää tätä laajentaen viisi kriittisen teorian ongelmaa: ensimmäiseksi, kriittinen teoria ymmärtää filosofian liian laaja-alaisesti. Tämä näkyy sekä toisen että kolmannen sukupolven kriittisten teoreetikoiden tavassa katsoa, että filosofia on peruuttamattomasti edennyt post-metafyysiseen vaiheeseen, jolloin perinteisiin (metafyysisiin) kysymyksiin ei voida tarjota vastausta. (Freundlib 2000, 81.)

Toiseksi, kriittinen teoria nojaa liiallisesti lingvistiseen käänteeseen katsoessaan, ettei kielestä irrallista esiymmärrystä ole olemassa (Freundlib 2000, 81). Kolmanneksi, kriittinen teoria hylkää tietoisuuden ja subjektiivisuuden käsitteet, ja esittää tilalle heikompaä käsitettä, intersubjektiivisuutta. Neljänneksi, kriittisessä teoriassa korostuu *sosiologismi*, eli kaikki yhteiskunnan ongelmat yritetään selittää sosiologisilla teorioilla. Ja viidenneksi, kriittiset teoreetikot ymmärtävät filosofian teoreettisena ja kognitiivisena ponnisteluena, ja näin ollen se ei voi saavuttaa käytännöllisiä tavoitteita. (Emt., 82).

2.3 Kriittisiä näkymiä vastuullisuuteen

2.3.1 Valtavirtainen yritysten yhteiskuntavastuun tutkimus

Yritysten yhteiskuntavastuu (corporate social responsibility, CSR) on johtamisen ja organisaatiotutkimuksen tieteenalalle sijoittuva tutkimuskeskustelu, jossa tarkastellaan yritysten suhdetta yhteiskuntaan ja ympäristöön, ja näiden toimijoihin. Sen usein käytettyjä synonyymejä ovat esimerkiksi yritysvastuu, vastuullisuus, ja toisinaan myös kestävyys ja liiketoiminnan vastuut. Toisinaan yritysten yhteiskuntavastuun yhteydessä saatetaan puhua niin kutsutusta yritysetiikasta (business ethics), joka on sovellettua etiikkaa, ja näin oma, erillinen tutkimuskeskustelunsa. Tämän tutkimuksen viitekehyksessä pidättäydyn tietoisesti yritysetiikkaa koskevan teoreettisen keskustelun ulkopuolella.

Tässä tutkimuksessa ymmärrän yritysten yhteiskuntavastuun ja vastuullisuuden sisällöllisesti samaksi asiaksi, ja siksi olen käyttänyt termejä osin päällekkäin, myös myöhemmissä luvuissa. Näkökulmani heijastelee muun muassa Banerjeen (ks. 2007; 2008) ratkaisua olla tekemättä eroa monien yhteiskuntavastuun lähikäsitteiden suhteen, sillä ne

kaikki viittaavat lähtökohtaisesti samaan asiaan: yritysten suhteeseen niitä ympäröivään yhteiskuntaan.

Tutkimussuuntauksen katsotaan syntyneen 1950-luvulla Yhdysvalloissa, ja se on saanut siitä lähtien eri muotoja ja painotuksia niin akatemiassa kuin liike-elämän sovellutuksissa. Itse käsitettä *yriytysten yhteiskuntavastuu* pidetään tavallisesti hyvin tulkinnanvaraisena, jopa epäselvänä (ks. esim. Humphreys & Brown 2007, 404; Melé 2008, 47; Hack, Kenyon & Wood 2014, 46; Frankental 2001, 18). Crane, McWilliams, Matten, Moon ja Siegel (2008, 4) mukaan onkin erikoista, että vaikka käsite ja tutkimuskeskustelu ovat itsessään vakiintuneet, määritelmästä ja teoreettisista ydinprinsipiistä ei ole vielä yksimielisyyttä. Tästä huolimatta yhteiskuntavastuuta pidetään yleisenä nykyaikaisena tutkimusaiheena (Costas & Kärreman 2013, 395).

Yhteiskuntavastuuta on lähestytty myös strategian, markkinoinnin, laskentatoimen ja organisaatiokäyttäytymisen tutkimusaloissa, ja esimerkiksi oikeustieteellisistä, taloustieteellisistä, politiikkatieteellisistä ja sosiologisista lähtökohdista (Crane ym. 2008, 4, 7). Sen rinnalle on myös ilmaantunut joitakin kilpailevia käsitteellistyksiä, kuten yrityskansalaisuus, kestävä liiketoiminta ja *corporate social performance*. Nämä eivät ole kuitenkaan saavuttaneet yhteiskuntavastuun asemaa: joissakin tapauksissa niiden on esitetty olleen tarpeettomia pyrkimyksiä keksiä pyörää (yhteiskuntavastuun alkuperäinen käsite) uudelleen (van Oosterhout & Heugens 2008, 201).

Ilmiötasolla vastuullisuuden voi katsoa olleen olemassa modernin yrityksen alkuajoista lähtien (Crane ym. 2008, 3). Yritysten roolia ja merkitystä yhteiskunnassa on pohdittu modernin talouden alusta alkaen - joidenkin mukaan aina Ranskan vallankumouksen ajoista lähtien (Frankental 2001, 18). Wickert ja Risi määrittelevät yhteiskuntavastuun yläkäsitteeksi, joka kuvaa sitä, kuinka yritykset sisällyttävät sosiaalista, ympäristöllistä ja eettistä vastuullisuutta liiketoimintansa ydinstrategioihin, rakenteisiin ja käytäntöihin, toimintojen ja arvoketjujen sisällä ja ulkopuolella, ja yhteistyössä asiaankuuluvien sidosryhmien kanssa (Wickert & Risi 2019, 1). Tätä voidaan pitää hyvänä yleisenä määritelmänä, joka kuvastaa osuvasti valtavirtaisen yhteiskuntavastuun tutkimuksen sisältöjä: jako sosiaaliseen, ympäristölliseen ja eettiseen vastuullisuuteen, rakenteiden ja käytäntöjen sekä arvoketjujen korostaminen, ja sidosryhmien osallistaminen.

Banerjee on esittänyt neljä havaintoa yhteiskuntavastuun monista eri määritelmistä. Ensimmäiseksi, yhteiskuntavastuu merkitsee sitoutumista. Toiseksi, ollakseen vastuullisia,

yritysten tulisi tehdä enemmän kuin laki vaatii ja ylittää niin kutsutut minimivaatimukset. Kolmanneksi, vastuullisuutta koskeva toiminta on kuitenkin harkinnanvaraista ja siihen ei voida pakottaa missään tuomioistuimessa. Neljänneksi, viime vuosikymmeninä käsitteiden *yhteiskunta* ja *sosiaalinen* tilalle on tullut *sidosryhmä*. (Banerjee 2007, 16-18.)

Yhteiskuntavastuun tutkimusperinteessä on Banerjeen mukaan miltei alusta alkaen ollut kaksi vastakkaista näkökulmaa. Niin kutsuttu friedmanilainen näkökulma (yhdysvaltalaisen ekonomistin Milton Friedmanin mukaan) katsoo kuuluisasti, että *business of business is business* - eli yrityksen ainoana tehtävänä on tehdä tuottoa sen omistajille. Sidosryhmänäkökulma puolestaan katsoo, että yritys on toiminnallaan vastuussa kaikille sen sidosryhmille. Vaikka friedmanilainen ajattelutapa saattoi joskus olla valtavirtaa, nykyään lähes kaikki suuret yritykset kannattavat valtavirtaisen yhteiskuntavastuun peruseräitä, toisin sanoen enemmän tai vähemmän sidosryhmänäkökulmaa. (Banerjee 2008, 60.)

Sidosryhmät voidaan määritellä ryhmiksi ja yksilöiksi, jotka joko hyötyvät tai vahingoittuvat yrityksen toiminnasta (Melé 2008, 62). Tavallisesti sidosryhmiksi lasketaan omistajien lisäksi esimerkiksi yrityksen työntekijät, yhteistyökumppanit, asiakkaat, viranomaiset ja valtio. Sidosryhmäsuhdetta voidaankin pitää yhtenä keskeisenä kiinnostuksenkohteena sekä yhteiskuntavastuun tutkimuskeskustelussa (Costas & Kärreman 2013, 394; Wickert & Risi 2019, 22) että liike-elämän käytännöissä (Kuhn & Deetz 2008, 180). Niin kutsutun sidosryhmäteorian asema ajankohtaisessa yhteiskuntavastuun tutkimuskeskustelussa voidaan todeta myös aiemmassa Wickertin ja Risin määritelmässä (ks. 2019), jossa painotettiin, että yrityksen vastuullistoimien tulisi ihanteellisesti tapahtua dialogissa yrityksen sidosryhmien kanssa.

Friedmanilaisen näkökulman voi katsoa pitkälti väistyneen sekä akatemiassa että liike-elämässä. Tämä johtuneekin siitä, että yritykset katsovat yhteiskuntavastuun käytäntöjen heijastuvan positiivisesti yrityksen taloudelliseen tehokkuuteen - jolloin puhutaan niin kutsutusta yritysvastuun liiketoimintaperusteesta (business case for CSR). Kuruczin, Colbertin ja Wheelerin mukaan näitä liiketoimintaperusteita on neljä: yhteiskuntavastuu kulujen ja riskin vähentämisenä, yhteiskuntavastuu tuoton maksimoimisena ja kilpailuetuna, yhteiskuntavastuu maineena ja legitimitettinä, ja yhteiskuntavastuu synergisenä arvon luomisena. (Kurucz, Colbert & Wheeler 2008, 86.)

Onkila ja Siltaoja esittelevät kaksi ajattelutapaa, jotka nojaavat historiallisiin ja institutionaalisiin eroihin: 1) *yritys ja yhteiskunta*, erityisesti Yhdysvalloissa, ja 2) *yritys*

yhteiskunnassa, erityisesti Euroopassa. Eurooppalaisessa ajattelutavassa ei lähtökohtaisesti nähdä esiintyvän yhtä paljon ristiriitaa kuin yhdysvaltalaisessa ajattelutavassa. Tämä voikin selittyä sillä, että useita vastuuseen liittyviä vaatimuksia on Euroopassa sisällytetty yrityksiä koskevaan lainsäädäntöön. (Onkila & Siltaoja 2010, 354.) Kärjistäen yhdysvaltalainen näkökulma rinnastuu friedmanilaiseen ja eurooppalainen sidosryhmäkeskeiseen, joskin asia ei ole todellisuudessa näin yksiselitteinen.

Edellä kuvaamani valtavirtainen yhteiskuntavastuun tutkimus on otteeltaan laajalti positivistista. Yhteiskuntavastuun ”valtavirran kirjallisuus onkin ollut hyvin työkalu- ja kilpailukykyorientoitunutta” (Onkila & Siltaoja 2010, 356). Vastuullisuuden katsotaan olevan saavutettavissa teknologisilla ja rakenteellisilla ratkaisuilla (Onkila 2009, 9), eli valtavirtaisessa tutkimuksessa vastuullisuus on näyttäytynyt neutraalina, johdettavissa olevana ilmiönä. Tätä näkökulmaa voidaan pitää ongelmallisena, sillä se sivuuttaa yritystoiminnan ja yhteiskunnan välillä sijaitsevat fundamentaaliset jännitteet. Yhteiskuntavastuun kriittinen suuntaus kritisoikin tapaa, jossa alun perin poliittista ilmiötä yritetään pakottaa muottiin, jossa se olisi teknisesti ratkaistavissa. (Onkila & Siltaoja 2010, 356.) Seuraavassa alaluvussa käännyttäänkin yritysten yhteiskuntavastuun kriittisen suuntauksen tarkasteluun.

2.3.2 Kriittinen yritysten yhteiskuntavastuu

Aidosti vastuullinen yritys olisi sellainen, joka tuottaa ja myy ainoastaan turvallisia ja hyödyllisiä tuotteita, ei hyväksy valtionavustuksia tai verohelpotuksia, tarjoaa pysyviä työpaikkoja elämiseen riittävällä palkalla, internalisoi täysin sen toiminnan ympäristölliset ja sosiaaliset kulut, eikä tee poliittisia lahjoituksia tai muutoin yritä edistää lainsäädäntöä tai päätöksiä vastoin laajempaa yleistä hyötyä. On epätodennäköistä, että yksikään yritys voisi saavuttaa nämä standardit ja menestyä listattuna yhtiönä nykyisessä globaalissa kapitalistisessa taloudessa. (Korten 1999, 148-149.)

Edellisessä luvussa luotiin katsaus valtavirtaiseen yritysten yhteiskuntavastuun tutkimukseen. Yllä Korten kuitenkin vihjaa, että (tosiasiallinen) vastuullisuus ja kapitalistinen talousjärjestelmä ovat hankala yhtälö. Kriittisen tarkastelun valossa vastuullisuudesta vaikuttaakin tulleen jossain määrin paradoksaalinen käsite - esimerkiksi Devinney (2009) luonnehtii yhteiskunnallisesti vastuullista yritystä *oksymoroniksi*, itseristiriidaksi.

Tässä tutkimuksessa otan vastuullisuuden näkökulmakseni niin kutsutun kriittisen yritysten yhteiskuntavastuun. Vaikka se edustaa suhteessa pientä osaa laajemmasta tutkimuksesta, ovat sen vastuullisuudesta tekemät havainnot tärkeitä. Sekä kriittinen teoria että kriittinen johtamistutkimus (ks. kuva 3, alla) ovat kriittisen yhteiskuntavastuun suuntauksen taustalla (Banerjee 2008, 74). Myös kriittinen johtamistutkimus rakentuu kriittisen teorian perustalle (Nord & Jermier 1999, 202).

Kriittistä suuntausta edustavat tutkijat kyseenalaistavat vastuullisuuden nimissä tehtyjen toimien tosiasiallisen vastuullisuuden: esimerkiksi ympäristöllisesti vastuullisiksi kutsuttujen toimien tarkempi analysointi voi paljastaa, että niihin ei ole vaikuttanut halu olla ympäristötietoinen *per se*, vaan jotkin toiminnasta jälkikäteen mahdollisesti saatavat edut (Idowu 2012, 246).



Kuva 3 Kriittisen yhteiskuntavastuun tutkimuksen sijoittuminen yhteiskuntatieteellisessä tutkimuksessa.

Yritystoiminnan motiiveja ja vaikutuksia tarkastellaan kriittisessä yhteiskuntavastuun tutkimuksessa skeptisesti. Yritykset nähdään poliittisina entiteetteinä, joissa käydään valtataistelua: tässä taistelussa ”jotkin ryhmät dominoivat toisia luomalla merkityksiä”, jotka ”suosivat tiettyjä intressejä” (Kuhn & Deetz 2008, 173). Kriittiset yhteiskuntavastuun tutkijat muodostavat monipuolisen ja monimuotoisen joukon, jota yhdistää ymmärrys sosiaalisesta konstruktionismista. Siinä sosiaaliset rakenteet muodostavat ne järjestelmät, jotka antavat yrityksille niiden yhteiskunnallisen vaikutusvallan - mutta toisinkin voisi olla, mikäli erilaisiin ratkaisuihin olisi aiemmin päädytty. (Emt. 178).

Banerjee esittää yritysten yhteiskuntavastuun kriittisen analyysin huomioina seuraavia kahtatoista johtopäätöstä: 1) yritykset eivät ole sopivia ajureita yhteiskunnalliseen

muutokseen, 2) vastuullisia yrityksiä voidaan samanaikaisesti syyttää esimerkiksi ympäristötuhosta ja ihmisoikeusrikkomuksista, joten niin sanottuja vastuullisuuden markkinajohtajia ei ole, 3) vastuullisuuden suhteesta parempaan taloudelliseen tulokseen ei ole vahvaa näyttöä: on olemassa kuitenkin näyttöä, että yritykset, jotka *sanovat* olevansa vastuullisia, tekevät parempaa tulosta, 4) *yhteiskunnallinen* on uusliberalistisessa taloudessa kaapattu *taloudelliseen*: näkökulma voi näin ollen olla vain kapea ja itseriittoisa, 5) sama rationaliteetti heijastuu sidosryhmäteorian retoriikkaan: vallitseva välineellinen ja pragmaattinen lähestymistapa ei voi merkityksellisesti huomioida yhteiskunnallisia ongelmia, 6) yritystoimintaa määrittelevän rationaliteetin rajat asettavat yhteiskuntavastuun rajat, 7) vastuullisuuskurssit ovat saman rationaliteetin alaisia: jokin on vastuullista vain jos se on yritykselle kannattavaa, 8) yritysten vapaaehtoiset toimet kuten *code of conduct* -säännökset eivät voi tuottaa merkityksellistä yhteiskunnallista lopputulosta ilman säännönmukaista tarkkailua ja valvontaa, 9) vastuullinen sijoittaminen ei voi vastata yhteiskunnallisiin ja ympäristöllisiin ongelmiin merkityksellä tavalla, 10) yhteiskuntavastuu hyödyttää enemmän yrityksiä kuin yhteiskuntaa, 11) vastuullinen kuluttaminen puhtaasti markkinapohjaisten ratkaisujen nojalla ei johda kestäviin talouksiin, ja 12) yritysten yhteiskuntavastuu ei haasta yritysten valtaa: pikemminkin se voidaan nähdä ideologisena liikkeenä, joka lujittaa suurten monikansallisten yritysten vallan. (Banerjee 2007, 145-147.)

Banerjeen esittämät johtopäätökset vahvistavat ajatusta siitä, että tarvetta yhteiskuntavastuun kriittiselle tulkinnalle ja tutkimukselle on olemassa. Joidenkin kriittisten tutkijoiden mielestä kritiikki, joka on suunnattu pääasiallisesti toimijoiden lupauksiin vastuullisesta toiminnasta tai läpinäkyvyydestä, ei kuitenkaan riitä. Tällainen kritiikki nimittäin epäonnistuu tarttumaan vastuullisuuden kannalta keskeiseen, mutta harvoin julki lausuttuun käsitykseen: että ”yhteiskunnalle hyödylliset arvot ja kapitalismi voidaan yhdistää toisiinsa saumattomalla ja vastavuoroisella tavalla” (Cederström & Marinetto 2013, 416-417). Ratkaisuna on esitetty ideologiakritiikkiä.

Kuhn ja Deetz tiivistävät kriittisen yhteiskuntavastuun teoretisoinnin keskeiseksi opinkappaleeksi ideologian, joka muovailee yritysten ja yhteiskunnallisten toimijoiden toimintaa ja tietoa. Ideologian tarkasteleminen luo kuvan siitä, miten valtaapitävät esittävät tietyn kuvan todellisuudesta legitiiminä ja uusintavat sitä ajassa ja paikassa. (Kuhn & Deetz 2008, 178). Ideologian kritiikki jakautuu kolmeen legitimoinnin ja toisintamisen strategiaan: 1) sosiaalisten formaatioiden *reifikaatio*, jolloin historiallinen kamppailu rakenteista unohtuu ja rakenteista tulee luonnollisia, 2) managerialististen intressien määräysvalta, jossa

johdon huolenaiheet esimerkiksi yrityksen tuloksesta laajennetaan kaikkien huolenaiheiksi, ja 3) suostumuksen hallinta, jossa kaikki toiminta edistää dominoivan ryhmän intressiä, ja jossa suostumuksen alaiset alistuvat, koska intresseillä ei näytä olevan ristiriitoja - vaikka näin aikaansaatu toiminta olisikin omien intressien vastaista. Yhteiskuntavastuun ideologiakritiikki esittääkin, että yritysmaailman ideologia on vastakkainen suurimmalle osalle väestön intressejä, ja koska ideologiat ovat kätkeytyjä, täytyy ne paljastaa yhteiskunnallisen muutoksen aikaansaamiseksi. (Emt., 178-179.)

Ideologiakriittisestä lähtökohdasta tarkasteltuna yritysten yhteiskuntavastuun diskurssit saavat erilaisia funktioita. Tämän tutkimuksen kannalta keskeisenä funktiona voidaan pitää depolitisointia, eli jonkin asian neutraaliksi, ei-poliittiseksi tekemistä. Bartholdin (2013) mukaan depolitisoituna vastuullisuudesta tulee neutraali, keskenään näennäisesti tasa-arvoisten liiketoiminnan sidosryhmien (kuten kuluttajien, asiakkaiden, yhteistyökumppaneiden ja viranomaisten) neuvoteltavissa oleva ”tehtävä”. Toisin sanoen, vastuullisuus on yksiselitteisesti liiketoiminnallisessa ulottuvuudessa. Depolitisoituna se pidetään siis erossa politiikasta ja yhteiskunnallisesta liikehdinnästä. (Barthold 2013, 399.)

Artikkelissaan Cederström ja Marinetto (2013) pureutuvat yhteiskuntavastuuseen ja ideologian kritiikkiin käyttämällä apuna Žižekin satiiria teknologiayritysten, kuten Microsoftin ja Googlen, toimitusjohtajista. Žižekin mukaan nämä uuden sukupolven johtajat pyrkivät samanaikaisesti sekä menestymään globaalin talouden kärkipaikoilla että tukemaan ”kapitalismin vastaisia aatteita” kuten ”yhteiskunnallista vastuullisuutta ja ekologisia huolenaiheita” (Žižek 2008a, 16). Cederström ja Marinetto esittävät, että näiltä tahoilta jää huomioimatta kapitalismin ja yhteiskunnallisen hyvän välinen antagonistinen suhde. Näin ollen esittäessään ratkaisuja ympäristön tilan kohentamiseksi, yritykset osallistuvat yhteiskunnalliseen kritiikkiin ilman, että ne *per se* kyseenalaistavat kapitalismin systeemisiiä ominaisuuksia. (Cederström & Marinetto 2013, 418, 420.)

Cederström ja Marinetto esittävät, että yhteiskuntavastuu on käsitteenä sekä akatemiassa että käytännössä tullut asteittain *rationalisoiduksi*. Toisin sanoen käsite on rajautunut yrityksen taloudelliseen kannattavuuteen, jolloin ”tilanteelliset, kontekstuaaliset ja makrososiaaliset ongelmat” jäävät toissijaisiksi (Cederström & Marinetto 2013, 422). Esimerkitapauksena käytännön ilmiöstä kirjoittajat käyttävät tunnettua jäätelövalmistajaa, Ben & Jerry’siä, joka tuki näkyvästi Occupy Wall Street -liikettä ja järjesti sille muun muassa rahankeräyksen. Tämä näyttäisi viittaavan siihen, että yritykset eivät ainoastaan yritä välttää kritiikkiä, vaan

proaktiivisesti ”integroivat yhteiskuntakritiikkiä niiden omiin liiketoimintamalleihinsa”. (Emt. 424.)

Ideologian ja yhteiskuntavastuun suhdetta tulisi Cederströmin ja Marinetton mukaan tarkastella laajemmin, eikä tyytyä pelkästään kyynisesti oletamaan, että yritykset valehtelevat toiminnastaan: vaikka ne tosiasiallisesti tekisivätkin niin, tärkeämpää olisi kiinnittää huomiota tapaan, jolla yritykset kertovat *totuuden*, mutta vain tietyn totuuden. Tässä kirjoittajat näkevät yhteyden Fisherin *kapitalistiseen realismiin*. (Cederström & Marinetto 2013, 425.)

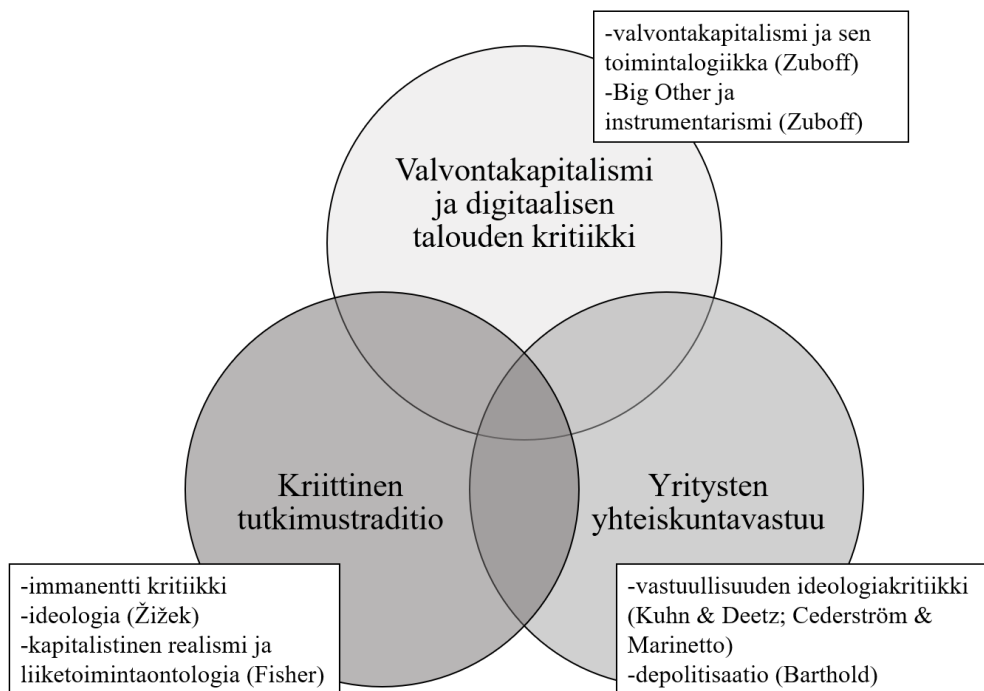
Kuinka vastuullisuuteen tulisi siis suhtautua? Hanlon esittää paluuta poliittisen talouden (ts. kapitalismin) kritiikkiin (Hanlon 2008, 168). Vaikka yritykset kuinka yrittäisivät olla vastuullisia tai toimia yhteiskunnan paras etu mielessä, ne ovat lukittuja kapitalismin sisäisiin ristiriitoihin ja voitontavoitteluun. Ja koska yritysten tärkeimpänä tehtävänä on voiton tekeminen (muutoin ne eivät pysyisi pitkään toiminnassa), mahdollisuus ihmiskasvoisen tai välittävän kapitalismin olemassaololle on näin jo lähtökohtaisesti olematon. Yritysten yhteiskuntavastuuta voidaan tämän perusteella pitää *kauppatavarana*, jolla on etua yrityksille sekä legitimoinnissa että uusille markkinoille laajenemisessa. (Emt., 169.)

2.4 Teoreettisen viitekehyksen yhteenveto

Tässä luvussa esittämäni teoreettinen viitekehys muodostuu valvontakapitalismin ja digitaalisen talouden kritiikistä, kriittisestä teoriasta ja kriittisestä yritysten yhteiskuntavastuun tutkimuksesta. Nämä tutkimuskeskustelut ja käsitteellistykset liikkuvat osin samalla alueella ja läpileikkaavat toisiaan. Tämä on nähdäkseni vahvuus, ja tekee tutkimukseni teoreettisesta viitekehyksestä yhtenäisemmän.

Valvontakapitalismia koskevan kokonaisuuden osalta hyödynnän erityisesti valvontakapitalismin *toimintalogiikkaa*, että sen vallan lajia, *instrumentarismia* käsitteleviä osia. Kriittisen teorian suhteen sovellan tutkimuksessani erityisesti *immanenttia kritiikkiä*, jonka katson olevan tutkimuksellinen asenteeni. *Kapitalistista realismia*, *liiketoimintaontologiaa* sekä *ideologiaa* käytän erityisesti tutkimustulosteni kriittisessä luennassa. Kriittinen yritysten yhteiskuntavastuun tutkimus tarjoaa puolestaan kehyksen, josta ymmärrykseni *vastuullisuudesta* jäsentyy. Tämän ohella hyödyllisiä ovat *ideologiakritiikki* ja *depolitisaatio*.

Tutkimukseni teoreettisen viitekehyksen havainnollistamiseksi olen muotoillut kuvan (ks. kuva 4, alla), jossa yhdistyvät edellä käsitellyt teoreettiset kokonaisuudet, käsitteet ja näkökulmat.



Kuva 4 Tutkimukseni teoreettinen viitekehys.

3 Tutkimuksen menetelmälliset lähtökohdat

Tässä luvussa tuon esille tutkimukseni empiirisen asetelman. Tutkimukseni sijoittuu laadulliseen eli kvalitatiiviseen tutkimusperinteeseen. Tätä valintaa perustelen sillä, että tutkimuskohdettani olisi haasteellista, ellei jopa lähestulkoon mahdotonta, lähestyä määrällisen eli kvantitatiivisen tutkimusperinteen menetelmin. Laadullinen tutkimus sopiikin hyvin ilmiölähtöiseen ja jotain tiettyä yhteiskunnallista kokonaisuutta tarkastelemaan tutkimukseen.

Tarkemmin ottaen tutkimusmenetelmänäni käytän diskurssintutkimuksen traditioon sijoittuvaa kriittistä diskurssianalyysiä (critical discourse analysis, CDA). Se soveltuu laadulliseen tutkimusperinteeseen, ja sitä käytetäänkin laajasti yhteiskuntatieteissä, kuin myös humanistisissa tieteissä. Menetelmä on ottanut vaikutteita kielitieteestä, ranskalaisesta post-strukturalistisesta tutkimuksesta ja kriittisestä teoriasta.

Tämä luku rakentuu seuraavasti: ensiksi tarkastelen diskurssintutkimuksen lähtökohtaa, sosiaalista konstruktionismia, ja diskurssin monimuotoista käsitettä. Keskityn erityisesti Norman Fairclough'n kolmiulotteiseen malliin ja niin kutsutun kriittisen tutkimusotteen ymmärrykseen diskursseista kaksoismerkityksellisenä käsitteenä. Tämän jälkeen tarkastelen kriittistä diskurssianalyysiä, jossa keskeiseksi nousevat Fairclough'n ja Locken määritelmät ja Pynnösen esittämä kriittisen diskurssianalyysin käytäntö. Diskurssianalyysin osuuden jälkeen vuorossa on tutkimukseni aineisto ja analyysiprosessin esittäminen, jonka jälkeen tarkastelen tutkijapositionia ja tutkimukseni luotettavuutta.

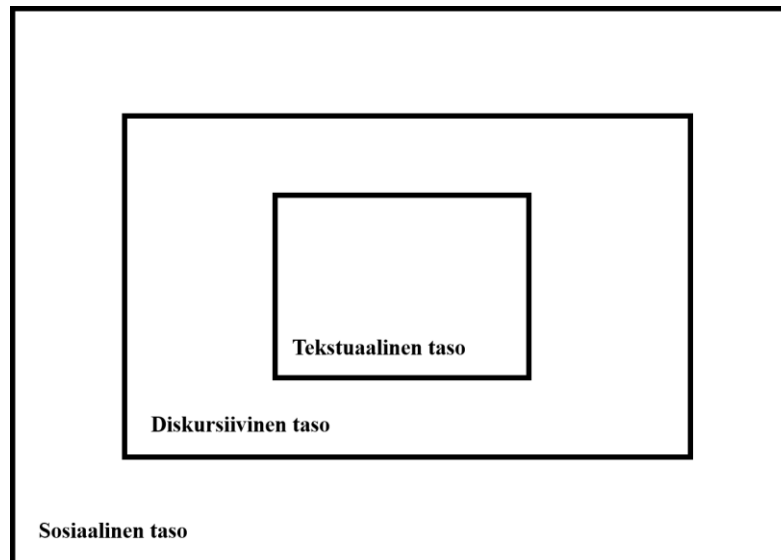
3.1 Diskurssintutkimus

Diskurssintutkimus on monitieteinen ja monimenetelmällinen tutkimussuuntaus, jossa huomio on kielenkäytön ja yhteiskunnan välisessä suhteessa. Diskurssintutkimuksessa menetelmällisiä valintoja ohjaa perustavanlaatuisesti ymmärrys tutkimuksen kohteesta ”diskursiivisesti rakentuvina merkityksinä”. (Lehti, Haapanen & Kääntä 2018, 5.) Diskurssintutkimukseen pohjautuvia menetelmiä ja sukulaistraditioita, kuten diskurssianalyysiä ja retoriikkaa, käytetään sen alkuperäisen sovelluskohteen, kielentutkimuksen, ohella esimerkiksi yhteiskuntatieteissä, humanistisissa tieteissä ja kauppatieteissä. Diskurssintutkimuksen yhtenä keskeisenä lähtökohtana tai taustaoletuksena voidaan pitää niin kutsuttua *sosiaalista konstruktionismia*.

Sosiaalinen konstruktionismi voidaan ymmärtää tieteenfilosofiseksi näkemykseksi, jonka mukaan todellisuus rakentuu vuorovaikutuksessa. Tässä tutkimuksessa sosiaalinen konstruktionismi onkin aiemmin tullut esille osana kriittistä tutkimustraditiota. Sosiaalisen konstruktionismin yleistymisen yhteiskuntatieteissä liitetään laajemmin niin kutsuttuun *kielelliseen käänteeseen*, joka alkoi 1900-luvun puolivälin jälkeen (Locke 2004, 11; Pietikäinen & Mäntynen 2009, 12). Lähtökohtaisesti ajatellaankin, että esimerkiksi diskurssianalyysiä menetelmänään käyttävät sitoutuvat myös sosiaalisen konstruktionismin oletuksiin. Tämä johtuu siitä, että diskurssianalyysin teoreettis-metodologinen viitekehys (Pynnönen 2013, 9) ja ”teoreettinen koti” on sosiaalisen konstruktionismin traditiassa (Jokinen 2016, 251).

Kanadalainen filosofi Ian Hacking liittää konstruktionismin erityisesti sosiologian, historian ja filosofian tieteenalojen projektiksi, jossa pyritään ”esittämään tai analysoimaan historiallisesti olemassa olevia sosiaalisia vuorovaikutuksia tai syy-seuraussuhteellisia polkuja, jotka johtivat, tai olivat yhteydessä, jonkin nykyisen entiteetin tai tosiasian esiin tulemisessa tai vakinaistumisessa” (Hacking 1999, 48). Sosiaalinen konstruktionismi kytkeytyy diskurssintutkimukseen juuri diskurssin käsitteen avulla, joka ”sisältää sosiaalisen konstruktionin” (Pynnönen 2013, 6).

Diskurssintutkimuksessa diskursseja voidaan hahmottaa Fairclough’n popularisoimalla kolmiulotteisella mallilla (ks. kuva 5, seuraava sivu) (Fairclough 1993, 73; Fairclough 1995b, 57-62). Sen mukaan diskurssia voidaan tarkastella tekstuaalisessa, diskursiivisessa ja sosiaalisessa muodossa. Nämä muodot tai tasot edustavat taustalla olevia analyyttisiä perinteitä: tekstin lähilukuun ja lingvistiseen analyysiin pohjaava perinne, mikrososiologinen perinne, jossa sosiaalinen käytäntö nähdään ihmisten aktiivisesti tuottamana ja järjeistämänä, ja makrososiologiseen analyysiin käytäntöjen suhteesta rakenteisiin pohjaava perinne. (Fairclough 1993, 72; Locke 2004, 44.) Sosiaalisen ulottuvuuden tarkasteluun voidaankin Fairclough’n mukaan luontevasti yhdistää ideologian ja hegemonian käsitteet, jotka ovat keskeisiä erityisesti kriittiselle diskurssianalyysille. (Fairclough 1993, 86-87).



Kuva 5 Kolmiulotteinen malli diskurssista (Fairclough 1993, 73, mukaillen).

Diskurssintutkimuksesta puhuttaessa on kuitenkin selvennettävä, mitä itse diskurssilla tarkoitetaan. Vaikka diskurssi on moniulotteinen, kontekstiriippuvainen, ja jopa häilyvä käsite, voidaan sen katsoa yleisesti kuvaavan kielenkäyttöä. Pietikäisen ja Mäntysen mukaan diskurssi on dynaaminen käsite, jolla tarkoitetaan ymmärrystä kielenkäytöstä sosiaalisena toimintana (2009, 22, 27). Diskurssilla voidaan kuvata samalla sekä lausetta suurempia kokonaisuuksia, että tilanteeseen kytkeytyntä kielenkäyttöä (Emt., 24-25). Fairclough taas katsoo diskurssien edustavan eri maailmankuvia: 1) materiaalisen maailman prosesseja, suhteita ja rakenteita, 2) ”mielensisäisen” maailman ajatuksia, tunteita ja uskomuksia, sekä 3) yhteiskunnallista (sosiaalista) maailmaa (Fairclough 2003, 124).

Diskurssi koskee siis kielenkäyttöä. Sellaiseksi voidaan katsoa niin kirjoitettu kuin puhuttu kieli. Näin analyysin kohteina voivat olla esimerkiksi uutisartikkelien, mielipidekirjoitusten ja sosiaalisen median viestien ohella haastattelut, keskustelutilaisuudet ja videot. Kielenkäyttöä voidaan tarkastella kahdesta vaihtoehtoisesta näkökulmasta: kun kielenkäyttöä tarkastellaan todellisuuden kuvana, kyse on realistisesta tavasta hahmottaa kielenkäyttöä, ja silloin kun sitä tarkastellaan todellisuuden rakentamisena, on kyseessä sosiaalinen konstruktionismi. (Jokinen, Juhila & Suoninen 2016, 17.)

Diskurssilla on myös kaksoismerkitys (ks. taulukko 2, seuraava sivu): kriittisen diskurssintutkimuksen perinteessä katsotaan, että diskurssin käsitettä voidaan käyttää kahdessa eri merkityksessä. Yksikkömuotoinen *diskurssi* kuvaa kaikkea kielellistä ja semioottista toimintaa - siis kielenkäyttöä sosiaalisena toimintana. Sillä on

vuorovaikutuksellisia ehtoja ja seurauksia. Sen sijaan monikkomuotoinen *diskurssit* (toisinaan isolla alkukirjaimella: *Diskurssit*) voidaan määritellä kieliyhteisön jäsenten tunnistamaksi kiteytyneeksi merkityksellistämisen tavaksi. (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 26.) Ero yksikkömuotoiseen voidaan tuoda esille ilmaisemalla, millaisesta diskurssista on kyse: taloudellinen diskurssi, ympäristödiskurssi, vastuullisuusdiskurssi ja niin edelleen.

<i>diskurssi (yksikkö)</i>	<i>Diskurssit (monikko)</i>
Kielenkäyttö sosiaalisena toimintana; koko tutkimusalan keskeinen teoreettinen lähtökohta.	Kiteytyneitä, tietystä näkökulmasta rakennettuja merkityksellistämisen käytänteitä, jotka muokkaavat järjestelmällisesti nimeämiään kohteita. Ne määrittelevät, mitä, miten ja millä oikeutuksella ilmiöistä, asioista ja ihmisistä voi, saa, pitää ja kannattaa puhua tai vaieta. Diskurssit pyrkivät systematisoimaan ja vakiinnuttamaan omat määrittelynsä ja totuutensa, ja siksi ne nivoutuvat erottumattomasti niin vallankäyttöön kuin vastarintaan.

Taulukko 2 Diskurssi ja diskurssit (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 19, mukailleen).

Edellistä jaottelua täsmentäen voidaan myös ajatella, että yksikkömuotoinen diskurssi viittaa lähestymistapaan, jossa diskurssi ymmärretään paikallisesti ja paikallisena, eristettynä muista sosiaalisen todellisuuden tasoista. Monikkomuotoisena diskurssit voidaan taas katsoa yleisinä ja vallitsevina järjestelminä, jotka muotoilevat ja artikuloivat ajatuksia ja ideoita. (Pynnönen 2013, 7.) Monikkomuotoisen määrittelyn yhteydessä mainitaan usein ranskalainen filosofi Michel Foucault, jonka ajatukset diskursseista, vallasta ja subjektista ovat vaikuttaneet hyvin merkittävästi paitsi diskurssintutkimukseen mutta myös laajemmin yhteiskuntatieteisiin (Pynnönen 2013, 7; Pietikäinen & Mäntynen 2009, 26; Jokinen, Juhila & Suoninen 2016, 18).

Tiivistäen, diskurssille ei ole yksiselitteistä määritelmää. Käsitettä käytetään erilaisissa merkityksissä, niin yksittäisissä tapauksissa kuin yleisissä. Näin ollen tapa, jolla tutkija ymmärtää diskurssin omassa tutkimuksessaan, määrittää tutkimuksen metodologista rakentumista (Pynnönen 2013, 7-8). Tässä tutkimuksessa ymmärrän diskurssin sekä fairclough'laisittain materiaalisen, mielensisäisen ja yhteiskunnallisen maailman heijastumana ja uudelleenrakentajana, että kriittisen tutkimusotteen mukaisesti vallitsevana ja vaikuttavana järjestelmänä ja käytänteenä. Puhuessani diskurssista tai diskursseista sidon ne tämän tutkimuksen asetelmaan, analyysiin ja tuloksiin: ymmärrän diskurssit siis monikkomuodossa.

3.2 Kriittinen diskurssianalyysi

Diskurssianalyysi on tiukasti rajatun menetelmän sijasta enemmänkin joukko lähestymistapoja diskurssien analysoimiseksi. Se on monipuolinen työkalu, jolla voidaan paljastaa yhteiskunnallisen todellisuuden lainalaisuuksia, ilmentymiä ja suhteita. Yleisellä tasolla diskurssianalyttistä tutkimusta voi jäsentää kahteen vastakkaiseen suuntaan, *analyyttiseen diskurssianalyysiin* ja *kriittiseen diskurssianalyysiin*. Kriittisessä diskurssianalyysissä (critical discourse analysis, CDA) huomioidaan analyyttisen diskurssianalyysin tiukasta aineistolähtöisyydestä poiketen aineistolle tietyllä tavalla ulkopuolisten - mutta kaikkialla läsnäolevien ja läpileikkaavien - yhteiskunnallisten alistussuhteiden olemassaolo. Tällöin tutkimuksen päämääräksi nousee alistussuhteiden ylläpitämisen ja oikeuttamisen taustalla olevat kielelliset käytännöt. (Jokinen & Juhila 2016, 301.)

Siinä missä analyttinen diskurssianalyysi keskittyy tiiviisti aineistoon ja pyrkii esimerkiksi olemaan tekemättä ennenaikaisia oletuksia jonkinlaisten suhteiden olemassaolosta, kriittinen diskurssianalyysi nimenomaan katsoo tällaisen laajemman kriittisen analyysin tärkeimmäksi lähtökohdakseen. (Jokinen & Juhila 2016, 301-302.) Kriittistä diskurssianalyysiä voikin kuvata teorialähtöiseksi - tai, jos sanaa teoria ei halua käyttää, historialliset rakenteet ja niiden merkitykset ymmärtäväksi - sikäli, että se nojaa kriittisen tutkimuksen monimuotoiseen perinteeseen.

Diskurssianalyysiä voidaan hahmottaa myös sen traditioiden mukaan, joita on kolme: ranskalainen, brittiläinen ja saksalainen traditio. Ranskalaisessa traditiossa painotetaan kulttuuria, jonka katsotaan sisältävän eri diskursseja. Vaikkakin perinteessä diskurssit nähdään sosiaalisesti luotuina, ovat diskurssit ja ihmisen toiminta silti alisteisia kulttuurille. Vuorovaikutus on puolestaan keskeistä brittiläiselle traditiolle. Siinä diskurssianalyysi merkitsee erityisesti vuorovaikutukseen ja keskusteluun sisältyvien elementtien analysointia. Saksalainen traditio tarkastelee edellisistä poiketen todellisuuden luonnetta ja esimerkiksi sosiaalisten normien pätevyyttä, ja siinä diskurssien katsotaan syntyvän aktiivisesti toimijoiden kesken. Traditiossa pyritään määrittelemään *olemassa oleva*, ja muuttamaan sitä - jos nykyinen todellisuus ei ole riittävän hyvä. (Remes 2006, 302, 303-304, 320). Frankfurtin koulukuntaa voidaan pitää saksalaisen diskurssianalyysin tradition keskeisenä tieteenfilosofisena vaikuttajana.

Jos diskurssintutkimuksen osalta keskeinen vaikuttaja oli Foucault, kriittisen diskurssianalyysin kannalta keskeisimpänä pidetään puolestaan brittiläistä professoria Norman Fairclough'ta, joka on ollut avainasemassa diskurssintutkimuksen ja lingvistiikan yhdistämisessä kriittiseen tutkimusotteeseen. Fairclough'n mukaan kriittisen diskurssianalyysin voidaan katsoa pyrkivän:

[1] systemaattisesti tarkastelemaan - - läpinäkymättömiä seuraus- ja määräytysuhteita a) diskursiivisten käytäntöjen, tapahtumien ja tekstien, ja b) - - sosiaalisten ja kulttuuristen rakenteiden, suhteiden ja prosessien välillä; [2] tutkimaan kuinka kyseiset käytännöt, tapahtumat ja tekstit saavat alkunsa ja [kuinka ne] muovataan ideologisesti valtasuhteiden ja valtakamppailujen toimesta; [3] tarkastelemaan kuinka suhteiden läpinäkymättömyys diskurssin ja yhteiskunnan välillä - - lujittaa valtaa ja hegemoniaa. (Fairclough 1995a, 132.)

Tästä määritelmästä käy ilmi kriittisen diskurssianalyysin painotus ideologiaan, hegemoniaan ja valtaan. Täten diskurssianalyysin voidaan katsoa myös olevan tutkimusmetodin ohella tapa, jolla voidaan puuttua yhteiskunnalliseen todellisuuteen (Locke 2004, 2), kuten epäkohtiin, valta-asetelmiin ja ideologian todellisiin vaikutuksiin.

Kriittisessä diskurssianalyysissä yhteiskunnallinen järjestys nähdään historiallisena, ja näin ollen suhteellisen ja muutettavissa olevana konstruktiona, jota ei ylläpidetä niinkään tahdonalaisesti, vaan tiettyjen (todellisuuden) konstruktioiden silkalla kaikenkattavalla olemassaololla. Ideologian katsotaan värittävän ja tuottavan diskursseja, eikä valtaa katsota niinkään pakottamalla kohdistettavan yksilöön: sitä pidetään enemmänkin seurauksena diskursiivisten järjestelyjen tuottamasta asetelmasta, jossa toiset ihmiset ovat eri asemassa kuin toiset. Diskurssien nähdään määrittävän ainakin osittain ihmisen subjektiivisuutta, ja tekstejä pidetään paikkoina, joissa sekä omaksutaan että kiistetään diskursseja. Täten tekstien systemaattinen analyysi ja tulkinta paljastaakin tapoja, joilla diskurssit lujittavat valtasuhteita ja ”kolonisoivat” subjekteja. (Locke 2004, 1, 2.)

Diskurssianalyysin avulla voidaan esittää sekä ideologista, retorista että strategista kritiikkiä. Ideologian kritiikki keskittyy diskurssin vaikutuksiin sosiaalisille valtarakenteille, retorinen puolestaan tekstien ja puheiden sisältämiin taivutteluihin, ja strateginen kritiikki siihen, kuinka diskurssi kuvaa ja sopii yhteiskunnan muuttamiseen pyrkivien toimijoiden strategioita. (Pynnönen 2013, 30.) Tässä tutkimuksessa keskitytään erityisesti ideologian kritiikkiin (ks. 2.2.2 Myöhempi kriittinen teoria).

Havainnollistaakseni kriittisen diskurssianalyysin käytännön painotuksia, esittelen seuraavaksi kaksi tapaa tulkita aiemmin esiteltyä Fairclough'n kolmiulotteista mallia (ks.

kuva 5, sivu 45). Ensimmäinen näistä tavoista on Fairclough'n itsensä esittelemä tiivis kuvaus ulottuvuuksien keskinäisriippuvaisuudesta. Sen mukaan jokaista ulottuvuutta tarvitaan koherentin analyysin muodostamiseksi. Toinen on taas Pynnösen (2013) esittämä jäsentely, joka on suunnattu erityisesti kriittiseen johtamis- ja organisaatiotutkimukseen, ja joka painottaa kriittistä tasoa tai ulottuvuutta ylitse muiden.

Fairclough'n kolmiulotteinen malli voidaan siirtää käytäntöön kolmella itsenäisellä vaiheella: 1) tekstin *kuvaaminen*, 2) tekstin ja vuorovaikutuksen välisen suhteen *tulkinta*, ja 3) vuorovaikutuksen ja sosiaalisen kontekstin välisen suhteen *selitys*. (Fairclough 2001, 21, 91.) Ensimmäisessä vaiheessa analysoidaan tekstiä muodollisesti - tarkastellen tekstin kieltä, kielioppia ja ilmaisuja. Tästä muodollisesta vaiheesta käsin ei voida kuitenkaan yleistää rakenteellisia vaikutuksia yhteiskunnan koostumukseen: tarvitaan toista vaihetta, eli *tulkintaa* diskurssiprosessien yhteydestä taustalla vaikuttaviin oletuksiin, ja kolmatta vaihetta, *selitystä*, jossa keskiössä on diskurssien suhde kamppailuun vallasta ja valtasuhteisiin. Vaiheiden välillä tapahtuvaa analyysin ulottamista nimenomaan kriittisen diskurssianalyysin keskeisiin kiinnostuksenkohteisiin voidaan katsoa ”paljastamisen tai demystifikaation” menettelyksi. (Fairclough 2001, 117-118.) Fairclough'n menettelytapa nojaa tarkkarajaiseen, tasapainoiseen ja vaiheittaiseen etenemiseen. Kärjistäen keskiössä on yksi analyysi, jolla on kolme eri vaihetta.

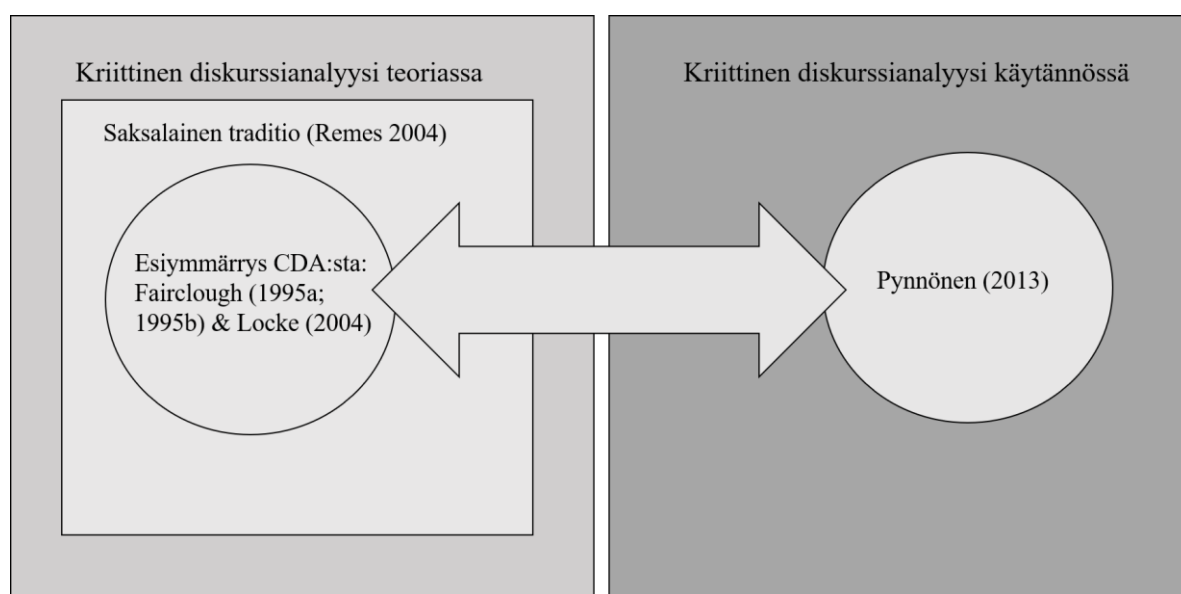
Pynnönen soveltaa Fairclough'n kolmiulotteisesta mallia erityisesti johtamis- ja organisaatiotutkimuksen tarpeisiin. Aiempaa mukaillen näitä tasoja voi nimittää *tekstin tasoksi* (tekstuaalinen analyysi), *tulkinnan tasoksi* (tulkitseva diskurssianalyysi) ja *kriittisyyden tasoksi* (kriittinen diskurssianalyysi). Pynnönen katsoo, että jokainen taso tai ulottuvuus edustaa erillistä, itsenäistä analyysiä: näin ollen analyysejä on yhden sijasta kolme. Kriittisen diskurssianalyysin edellytysten kannalta tekstuaalinen analyysi ei välttämättä saa analyysiprosessissa yhtä painokasta osaa, kuin Fairclough'n tavassa: ”tekstitason analyysi ei itsessään ole päämäärä vaan se toimii tekstin purkajana ja avaajana muille tasoille”. (Pynnönen 2013, 25, 27.)

Myöskään tulkitsevan diskurssianalyysin tasossa ei suoranaisesti oteta huomioon vallan näkökulmaa, saati yhteiskunnallista viitekehystä, vaan analyysin keskiössä on diskurssin muotoutuminen ja se, millaiseksi diskurssi tuottaa jonkin ilmiön. Näin ollen kriittisen diskurssianalyysin ytimeen päästään vasta kriittisessä tasossa, jota kuvastaa ”liike tekstin taa ja alle” (Pynnönen 2013, 28). Kuten aiemmin on käynyt ilmi, kriittisen diskurssianalyysin

tasolla tarkastellaan ennen kaikkea yhteiskunnallisia kysymyksiä, ja kieltä sekä ”yhteiskunnallisena tuotoksena että yhteiskunnallisena vaikuttajana” (Emt., 29). Pynnösen tavassa painottuu kriittisen analyysin merkitys: aiempia analyysyjä tarvitaan aineiston avaamisessa eikä niitä tule ohittaa, mutta *kriittisen* kriittisestä diskurssianalyysistä tekee vasta kolmas analyysin taso, jota Pynnönen pitää tärkeimpänä juuri yhteiskuntatieteellisen, ja johtamis- ja organisaatiotutkimuksen näkökulmasta.

Kriittisen diskurssianalyysin analyysiprosessista ja analyysin etenemisestä on kirjoitettu paljon. Yhteistä monille ohjeistuksille kuitenkin on ajatus siitä, että kriittisen diskurssianalyysin toteuttamiselle ei ole olemassa yhtä oikeaa tapaa, ja näin ollen joidenkin yleisten tarkastuslistojen tehtailu - tai käyttäminen analyysiprosessissa - ei diskurssianalyysin suhteen ole kovin mielekäästä. Analyysiprosessit ovat yksilöllisiä johtuen kulloinkin käytössä olevasta tutkimusasetelmasta, tutkimuskysymysten jäsentelyistä ja tutkijan kiinnostuksenkohteista.

Edellinen huomioden, esitän alla tämän alaluvun sisältöä tiivistäen tutkimuksen diskurssianalyttisen viitekehyksen (ks. kuva 6, alla). Viitekehys muodostuu tutkimusasetelmani kannalta keskeisistä diskurssianalyysin ja kriittisen diskurssianalyysin perinteistä ja taustakäsityksistä sekä tavasta ymmärtää kriittisen diskurssianalyysin käytäntö.



Kuva 6 Kriittisen diskurssianalyysin viitekehys tutkimuksessa.

Kiinnityn diskurssianalyysin saksalaiseen traditioon, jossa painotetaan analyysiä todellisuudesta, diskursseista heijastumana todellisuuden luonteesta, ja lopulta todellisuuden

muuttamista. Saksalainen traditio muodostaa siis tausta-asetelman, jonka päälle ymmärrykseni kriittisestä diskurssianalyysistä rakentuu. Teoreettis-menetelmällisesti kiinnityn aiemmin tässä alaluvussa esiteltyihin Fairclough'n ja Locken määritelmiin ja kolmiulotteiseen malliin, jotka toimivat niin sanottuina esiymmärryksinä kriittisestä diskurssianalyysistä ja sen tavoitteista. Tämän tutkimuksen kriittisen diskurssianalyysin käytännön toteutusta ohjaa Pynnösen jäsentämä kriittiseen johtamis- ja organisaatiotutkimukseen soveltuva jaottelu kolmesta itsenäisestä analyysistä.

3.3 Aineiston esittely ja analyysiprosessi

Kuten laadullisessa tutkimuksessa yleensäkin, myös diskurssintutkimuksessa tutkittava aineisto on ensisijaisen tärkeässä asemassa. Se määrittää ja ohjaa tutkimuksen suuntaa, sen kysymyksiä, käsitteitä ja metodisia valintoja, ja on aina kiinteästi yhteydessä tutkimuskysymykseen ja -asetelmaan. Diskurssianalyysille ominaisesti aineisto on ensisijaisesti kielenkäyttöä, ja on kuin ”siivu tai pysäytetty hetki yhteiskunnallisesta todellisuudesta”. (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 135.) Laadullisen tutkimusperinteen mukaisesti aineisto ymmärretään rajallisenä ja yksittäisenä representaationa todellisuudesta. Määrän, yleisyyden ja prosenttiosuuksien sijasta tutkimuksessa pyritään ilmiön tiiviiseen kuvaamiseen ja selittämiseen. (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 136, 139). Kuten diskurssintutkimukselle, myös diskurssianalyysille on olennaista sen hermeneuttinen ote: aineiston analyysi kuljettaa tutkimusta eteenpäin ja täsmentää tutkimuskysymyksiä. Näin ollen myös tutkimusasetelma ”elää” analyysin edetessä. (Emt., 143.)

Tämän tutkimuksen aineisto koostuu yhdysvaltalaisista uutislehdistä *USA Today* ja *The Washington Post*. Alkuun perustelen kuitenkin, miksi olen käyttänyt juuri media-aineistoja. Tutkimusasetelmaa noudattaen olisi voitu tarkastella esimerkiksi Big Tech-yhtiöiden toimitusjohtajien virallisia lausuntoja. Tarkoitukseni ei kuitenkaan ole ollut tutkia pelkästään Big Tech-yhtiöiden toimitusjohtajia ja heidän vastuullisuuspuhettaan, vaan pikemminkin Big Tech-yhtiöitä kokonaisuutena. Media-aineisto tuo tämän nähdäkseni parhaimmalla mahdollisella tavalla esille. Vaikka olen toki kiinnostunut siitä, mitä Big Tech-yhtiöiden toimitusjohtajat, yhtiöiden edustajat ja puolestapuhujat sanovat Big Technin vastuullisuudesta, olen pyrkinyt tällä asetelmalla huomioimaan myös uutislehdissä ”auki kirjoitetut” tai ”suodattuneet” tavat puhua Big Technin vastuullisuudesta.

Media-aineistoja voidaan pitää keskeisenä kriittisen diskurssianalyysin kannalta, sillä yhteiskunnallisen ja kulttuurisen muutoksen prosessit tulevat näkyväksi usein juuri median kautta (Fairclough 1995b, 2). Puhtaan mediatutkimuksellisen otteen sijasta keskityn kuitenkin tutkimusasetelmallani vastuuseen ja ideologiaan *laajemmin* ymmärrettynä: toisin sanoen, en ole kiinnostunut analysoimaan median roolia vastuullisuutta koskevan puheen ja ideologian tuottajana, tulkitsijana tai välittäjänä, vaan katson median *ylitse ja taakse*, laajempaan yhteiskunnalliseen viitekehykseen.

Aineistoni pitää sisällään yhteensä 35 uutisartikkelia, joista 14 on USA Today -lehdestä ja 21 The Washington Postista. Ajallisesti aineisto kattaa noin puolentoista vuoden ajanjakson. Sen ensimmäinen artikkeli on maaliskuulta 2019, muutama kuukausi ennen kuin Yhdysvaltain edustajainhuoneen lakivaliokunta ilmoitti aloittavansa selvityksen Big Techin toiminnasta. Viimeinen artikkeli on lokakuulta 2020, selvityksen muodollisen päätöksen jälkeen.

Uutisartikkeleista yhdeksän on julkaistu vuonna 2019 ja loput 27 artikkelia vuonna 2020. Yleisesti vuoden 2019 uutisointi Big Techistä keskittyi sekä yksittäisten osavaltioiden oikeusministereiden että liittovaltiotason virastojen ilmoituksiin tulevista selvityksistä, katsauksiin yhtiöiden toiminnasta sekä yhtiöiden reaktioihin selvitysaikeista. Uutisointi kiihtyi erityisesti vuoden 2020 kesää kohden, kun yhtiöiden toimitusjohtajien osallistuminen edustajainhuoneen lakivaliokunnan kuulemiseen lähestyi. Syksyn 2020 uutisartikkelit käsittelivät pääasiassa kuulemisen ja selvityksen jälkipyykkiä. Tuolloin kerrottiin muun muassa, että kongressi tulisi ehdottamaan selvityksensä johdosta Big Tech-yhtiöiden pilkkomista.

Sekä USA Todaylla että The Washington Postilla on suhteellisen suurilukuinen yleisö: USA Today oli vuonna 2019 suurilevikkisin painettu uutislehti, kun taas The Washington Post ylsi kuudenneksi (Cision 2019). Lehdet eroavat kuitenkin hieman avainyleisöltään. USA Today on ensisijaisesti kansallinen uutislehti, jossa yhdistyvät sekä kevyemmät uutisaiheet että politiikka-aiheiset uutiset, kun taas The Washington Post keskittyy pääasiallisesti Washington D.C.:hen, ja on tullut tunnetuksi poliittisesta uutisoinnistaan. USA Todayn painetulla lehdellä ja verkkojulkaisulla on vuoden 2020 tietojen mukaan yli seitsemän miljoonaa lukijaa (Allsides 2020a), kun taas The Washington Postin digitaalinen levikki vuonna 2018 oli miljoona kappaletta (Allsides 2020b). Vaikka kumpikin lehdistä julkaisee

paperilehteä, olen keskittynyt käytännöllisistä syistä verkossa saatavilla oleviin uutisartikkeleihin.

Uutislehtien niin kutsuttu poliittinen vinouma on samansuuntainen. USA Todayn katsotaan edustavan poliittiselta vinoumaltaan keskustaa (*centre*), joskin joidenkin pääkirjoitusten on katsottu nojaavan vasemmalle (*lean left*) (Allsides 2020a). The Washington Postin katsotaan yleisesti sijoittuvan vasemmalle nojaavan ja keskustan välille. (Allsides 2020b). Tämän perusteella voikin katsoa, että valitsemistani uutislehdistä kumpikaan ei ole erityisen puolueellinen, mitä voidaan pitää tutkimusasetelmani kannalta suotuisana. Tutkimuksen tarkoituksena ei kuitenkaan pääasiallisesti ole ollut muodostaa aineisto sellaisista uutislehdistä, jotka edustavat näennäisesti puolueetonta linjaa. Sen sijaan keskeistä on ymmärrys siitä, että hegemoniset diskurssit ja valta-asetelmat ovat siinä mielessä sosiaaliseen ja diskursiiviseen käytäntöön upotettuja, että niitä voidaan ainakin lähtökohtaisesti olettaa löytyvän uutisjulkaisusta *riippumatta*.

Aineistoni olen kerännyt juuri yhdysvaltalaisista uutislehdistä muutamasta syystä. Vaikka Big Tech ja laajemmin valvontakapitalistiset yhtiöt toimivat globaaleilla markkinoilla, näyttäytyvät valvontakapitalistiseen toimintalogiikkaan sisältyvät ristiriidat toistaiseksi laajimmin yhtiöiden kotimaassa Yhdysvalloissa. Lisäksi, koska valvontakapitalismi on puhtaasti yhdysvaltalainen keksintö (ks. Zuboff 2019), on yhtiöiden toimintaan liittyvien vastuullisuusdiskurssien tarkastelu mielekästä sijoittaa yhdysvaltalaiseen viitekehykseen. Lopulta, koska vastuullisuutta koskeva keskustelu on yleisellä tasolla hiukan polarisoidumpaa Yhdysvalloissa, kuin esimerkiksi Euroopassa (ks. 2.3.1 Valtavirtainen yhteiskuntavastuun tutkimus), on yhdysvaltalaisen lehtien tarkastelu hedelmällistä.

Päätymistäni USA Today ja The Washington Post -lehtiin perustelen lisäksi myös saavutettavuudella. Aineistoni, joka koostuu uutislehtien omille verkkosivuilleen julkaisemista uutisartikkeleista, on saavutettavissa ja näin ollen varmennettavissa. Näin ollen voidaan käytännössä katsoa, että myös joku toinen tutkija voisi toistaa tutkimuksen analyysin käyttämällä samoja uutisartikkeleita, kuin itse olen käyttänyt.

Aineiston analyysiprosessi oli monivaiheinen. Ensimmäiseksi rajasin aineistoni ajallisesti ja sisällöllisesti. Keräsin esiaineistoni poimimalla uutislehtien artikkeleita, jotka käsittelevät Yhdysvaltain oikeusministeriön ja kauppakomission Big Techä koskevia selvityksiä ja kuulemisia. Lopulliseen aineistoon (laajuudeltaan noin 80 A4-kokoista sivua) sisällytin artikkelit, joissa esiintyi vastuullisuuspuhetta. Tämän jälkeen keräsin aineistosta

vastuullisuutta koskevia käsityksiä, merkityksellistyksiä ja puhumisen tapoja. Koodasin nämä kirjoittajan perusteella ja ryhmittelin aihepiireittäin. Lopulta minulla oli alustavasti ryhmiteltyjä aineisto-osia, joista muodostin diskurssit lukemalla aineistoa uudelleen ja kytkemällä aineiston puhumisen tavat laajempiin puhumisen tapoihin. Analyysin tuloksena muodostui kolme hegemonista vastuullisuusdiskurssia. Prosessissa hyödynsin kauttaaltaan Pynnösen (2013) kolmitasoista kaavaa.

Esitän aineiston sen alkuperäiskielellä, englanniksi, siitä syystä, että olen halunnut säilyttää kielellisen ilmauksen sellaisena kuin se on uutisartikkeleissa esiintynyt. Vaikka aineistoviittausten suomentaminen olisi ollut mahdollista, riskinä olisi ollut kielellisen merkityksen muuttuminen kääntämisen seurauksena. Englanninkielisyydestä huolimatta aineistoviitteiden keskeinen sisältö avataan ja käsitellään tekstissä.

3.4 Tutkimuksen luotettavuus ja tutkijapositio

Yleisesti voidaan katsoa, että paras ja ensimmäinen keino laadullisen tutkimuksen validiteetin takaamiseksi on pyrkiä luomaan yhtenäinen tutkimusasetelma, jossa on esitelty olennainen teoria ja käsitteistö. (Metsämuuronen 2006, 48.) Tutkimuksen luotettavuutta arvioidaan myös toistettavuudella: olenkin pyrkinyt asetelmaan, jossa tutkimukseni olisi mahdollisimman toistettavissa. Diskurssianalyttisessä tutkimuksessa tutkijan tulee myös arvioida rooliaan tutkimuksen tekijänä ja diskurssiin vaikuttajana. (Remes 2006, 339-340.) Tässä tutkimuksessa en ole voinut vaikuttaa aineistona olleiden lehtiartikkeleiden syntymiseen, joten pääpaino on katsoakseni tutkijapositiossa.

Tutkijaposition suhteen kiinnityn Juhilan esittämään *asianajajan* positioon. Siinä tutkija pohtii sitä, miten diskurssin rakentaman todellisuuden voisi rakentaa toisin. Positiossa tutkija on ”olemassa olevien todellisuuksien kriitikko”, joka tarkastelee kriittisesti vallitsevia länsimaisia kulttuurisia merkityksiä (Juhila 2016, 418.)

Kuten Fairclough on esittänyt, tulkinta ja analyysi eivät ole erillään toisistaan (Fairclough 1993, 35). Näin ollen olen pyrkinyt huomioimaan analyysiä tehdessä omat tulkinnalliset taipumukseni ja myös laajemman yhteiskunnallisen kokonaisuuden, joka vaikuttaa minuun tämän tutkimuksen tekijänä. Olemalla herkkä sekä aineistolle että itse analyysiprosessille voi edistää tutkimuksen luotettavuutta. Olen myös muotoillut tutkimusasetelmani siten, ettei suhteessani tutkimusaineistoon synny eettisiä konflikteja tai ristiriitoja. Katsonkin, että tutkimukseni on edellä mainittujen valossa luotettava.

4 Uutisaineistosta identifioidut vastuullisuuskurssit

Tässä luvussa esittelen tutkimukseni analyysin tuloksena syntyneet kolme vastuullisuuskurssia: *vaurauden jakaminen*, *välittäminen* ja *arvojohtajuus*. Vastuullisuuskurssien käsittely etenee seuraavasti: kussakin alaluvussa keskitytään ensimmäiseksi kurssin sisältöön ja siihen, miten kurssi konstruoi Big Techin vastuullisuutta. Käsittelyn tueksi nostan aineistoesimerkkejä, joista vastuullisuuskäsitykset ja puhumisen tavat tulevat ilmi.

Kun kurssin ydinsisältö on käsitelty, esittelen sekä tekstuaalisia että diskursiivisia strategioita, joiden avulla kurssi pyrkii vakuuttamaan vastaanottajansa sen sanomasta ja vastuullisuuskäsityksestä. Lopuksi tiivistän kurssin keskeisen sisällön. Erityisesti kiinnitän huomiota siihen, miksi vastuullisuuskurssin konstruoima todellisuus on ristiriitainen tai epäjohdonmukainen.

4.1 Vaurauden jakaminen: Big Techillä on valta jakaa taloudellista hyvinvointia ja vaurautta

Olen nimennyt ensimmäisen kurssin *vaurauden jakamiseksi*. Siinä vastuullisuuskäsitys muodostuu taloudellisen ja kilpailullisen toiminnan kautta. Vastuullisuus konstruoidaan talousaiheisella sanastolla - vastuullisuus on siis laadultaan taloudellista. Olen määritellyt vaurauden jakamisen hegemoniseksi kurssiksi, sillä sen voi katsoa ohjaavan ja suuntaavan keskustelua Big Techin vastuullisuudesta tiettyyn suuntaan - talouteen ja kilpailuun - mikä pyrkii paitsi jättämään käsittelemättä, myös piilottamaan valvontakapitalismin tavoitteita ja toimintalogiikkaa.

Kurssissa vastuullisuutta käsitellään siis yksinomaan taloudellisista lähtökohdista. Tarkastelematta jää esimerkiksi se, mitä ongelmia Big Techin toiminnassa on, kuinka se voi vaikuttaa demokratian toteutumiseen muun muassa ratkaisemalla vaalit ennenaikaisesti, ja että se voi aiheuttaa tulevaisuudessa kenties yhä suurempia yhteiskunnallisia haasteita sen datavarantojen ylittäessä kriittisen massan, jolloin Big Techin luoma instrumentaristinen *Big Other* (Zuboff 2015, 81-82) voi ohjailla ihmisten käyttäytymistä aiempaa tehokkaammin ja reaaliajassa.

Aineistossa Big Techin vastuullisuuden ympärillä käyty puhe verhotaan usein Big Techin taloudelliseen utiliteettiin, hyvää tuottavaan ja hyödylliseen ominaisuuteen. Tästä syystä

olen nimennyt puheen yhtiöiden taloudellisesta vastuullisuudesta *makrotaloudellista hyötyä koskevaksi puheeksi*. Puheessa Big Tech näyttäytyy menestyvänä Yhdysvaltain talouden kärkipelaajana ja toimijana, joka vaikutusvallallaan kohottaa paitsi oman toimialansa myös muiden toimialojen taloudellista tuloksellisuutta. Tästä seuraa talouskasvua ja hyvinvointia. Yhtiöiden tiukka ote markkinoista ja levittäytyminen uusille talouden osa-alueille - ja samalla käyttäjien elämään niin töissä kuin vapaa-ajalla, tiedostaen ja tiedostamatta - ei näin muodostu ongelmaksi, sillä yhtiöiden toiminta hyödyntää kaikkia osapuolia, niin yhteiskuntaa, pienyrityksiä kuin käyttäjiäkin. Aineistossa hyödyn näkökulma näyttäytyi muun muassa seuraavasti:

[Big Tech CEOs] command corporations with gold-plated brands, millions or even billions of customers, and a combined value greater than the entire German economy. One of them is the world's richest individual; another is the fourth-ranked billionaire. Their industry has transformed society, [and] linked people around the globe -- (GORD-28-07-20.)

The four tech giants often assert they are responsible for decades of U.S. economic gains and a bevy of digital apps and other tools that help people communicate, shop and travel more easily than ever. (ROMM-27-07-20.)

Amazon described itself as one of the most popular consumer brands, where consumers can get their goods quickly and cheaply. Apple said it had enabled a wildly popular ecosystem of apps and widely prized, high-end phones to match. Facebook said it had stood for free expression and speech against a rising tide of international censorship, pointing to new competitors including TikTok. And Google said its tools made it possible for people to find information and businesses worldwide to grow. (ROMM-29-07-20.)

“Today, we [Google] support 1.4 million small businesses supporting over \$385 billion in their core economic activity,” he [Sundar Pichai] said. “We see many businesses thrive, particularly even during the pandemic.” (ROMM-29-07-20.)

Kuten edelliset aineistoesimerkit osoittavat, aineistossa Big Techin esitetään mahdollistaneen vuosikymmenten talouskasvun, taloudellisen hyvinvoinnin ja innovaatiot, kuten liudan digitaalisia sovelluksia, työkaluja ja toimintatapojen murroksia, jotka mahdollistavat muun muassa ihmisten aiempaa nopeamman keskinäisen vuorovaikutuksen, kaupankäynnin ja matkustamisen. Niiden toiminnot ja tuotteet tukevat muita yrityksiä ja edistävät muiden yritysten pärjäämistä taloudessa. Ennen kaikkea yhtiöt ovat luoneet, kehittäneet ja tarjonneet hyödykkeitä ja palveluita, jotka tunnetaan globaalisti, ja jotka helpottavat ihmisten ja yritysten arkea - lisäksi useat näistä tuotteista ovat ilmaisia. Yritykset ovat siis tehneet enemmän, kuin laki niiltä edellyttää, ja kantaneet kortensa kekoon - tai toisin sanoen kasvattaneet ”talouskakkua” kuvainnollisesti kaikkien syötäväksi:

“We’re focused on growing the pie,” Cook said in prepared remarks, -- pointing to the economic impact of the App Store. (LERM-30-07-20.)

Koska yhtiöt kasvattavat vain talouskakkua, ratkaisut niiden suitsemiseksi nähdään järjenvastaisina: yhtiöt ovat yksinkertaisesti niin menestyneitä ja hyödyllisiä, että niiden toimintaan puuttuminen ei ole kannattavaa.

No American business, not even big tech, should be subjected to such an array of overlapping and potentially conflicting investigations. (ROBB-14-08-19.)

While it is important to raise questions about the market power and anti-competitive concerns around the tech giants, DeNardis said, "missing from all of it was an acknowledgment of how important these companies are to our economy and also to our ability to thrive". (SNID-02-08-20.)

Nämä esimerkit osoittavat hyvin, millaista kuvaa Big Techistä rakennetaan, ja millainen taloudellinen rationaliteetti keskusteluun yhtiöiden vastuullisuudesta liittyy: on tärkeää tarkastella niiden toimintaa, mutta samassa unohdetaan liian herkästi se, kuinka tärkeitä yhtiöt ovat taloudelle. Kilpailunvastaisen lainsäädännön päivittämisestä perustellaan sillä, että näin teollisuudenalaa ja sen *data-aarrearkkia* voidaan paremmin hallita, onhan kyseessä ennennäkemätön ”intellektuaalinen ja taloudellinen kansallisresurssi”:

It’s time that antitrust laws were updated so that regulators can better chaperone the industry — and its treasure trove of data — for it is both an immense intellectual and economic national asset (LACH-04-08-20.)

Tämä alleviivaa sitä yksiulotteista roolia, mikä taloudella puheessa on. Siinä talous typistyy fantasiaan jatkuvasta kasvusta, ja markkinoiden tuottamista voitoista, joista hyötyvät näennäisesti kaikki osapuolet. Puheessa ei siis esimerkiksi tarkastella taloutta moniulotteisena kokonaisuutena, johon sisältyy lukemattomia eri toimijoita, erilaisia päämääriä ja hallitsemattomia ristiriitaisuuksia. Sen sijaan talous esitetään yksiulotteisena yritysvetoisena (erityisesti Big Techin ohjastamana) järjestelmänä, jonka toimivuuteen ei tule kajota.

Puhe Big Techin taloudellisesta merkittävytydestä on läsnä paitsi aineistossa mutta heijastuu myös finanssimaailman todellisuuteen: Googlen, Facebookin, Amazonin ja Applen arvostus Wall Streetillä ainoastaan kasvoi sen jälkeen, kun toimitusjohtajat olivat olleet Yhdysvaltain kongressin kuultavana heinäkuussa 2020. Big Techia kuvaillaan luodinkestäväksi, ja sijoittajien luottamusta Big Techiin horjumattomaksi, jopa keskellä globaalia pandemiaa ja sen aiheuttamaa talouskasvun hidastumista:

The tech giants' stock prices rose on Thursday as they reported strong financial results after the market closed. It shows, again, just how bulletproof the companies have become as investors bet on their long-term success, even amid a global pandemic, an economic decline and antitrust probes. (LERM-30-07-20.)

Yhtiöt näyttäytyvät siis vastuullisina taloudellisen kasvun ja taloudellisen hyvinvoinnin tuojina ja mahdollistajina, ja vaikka niitä kohtaan esitetään toisinaan kovaakin arvostelua, on taustalla vaikuttava taloudellinen rationaliteetti silti vahva. Jopa vastuullisuutta koskeva kritiikki esiintyy aineistossa makrotaloudellisen hyödyn läpi suodattuneena. Vastuullisuusskandaalit ja paljastukset nähdään vain yksittäisinä erheinä, sillä yhtiöiden liiketoiminta pohjautuu hyödyllisyyden ja hyvän tavoittelulle, ja yhtiöiden katsotaan toimineen yhteiskunnan parhaimmat intressit mielessä.

Even with the best of intentions to create beneficial services that keep the world connected and informed, the result of Big Tech having such -- power -- has been to leave consumers and third-party partners comparatively powerless. (LACH-04-08-20.)

Vaikka edellisessä katkelmassa suhtaudutaan ensikatsomalta näennäisen kriittisesti Big Techin vastuullisuuteen ja valta-asemaan, implikoidaan siinä kuitenkin samalla, että yhtiöiden aikomukset ovat olleet puhtaat ja kunnialliset, ja ne pyhittävät lopputuloksen - vaikkakin kuluttajat ja kolmannet osapuolet ovat jääneet *suhteellisen* voimattomiksi. Tämä toisintaa ajattelua, jossa Big Techissä ei suostuta näkemään muuta kuin pintapuolista, korjattavissa tai helposti säädeltävissä olevaa vikaa. Toimintaesteiden asettaminen tai yhtiöiden pilkkominen johtaisikin makrotaloutta koskevan puheen mukaan negatiivisiin talousvaikutuksiin.

Makrotaloutta koskevan puheen ohella vaurauden jakaminen -diskurssissa esiintyy myös *kilpailua koskevaa puhetta*. Samoin kuin makrotaloutta koskevaa puhetta, myös kilpailua koskevaa puhetta ilmenee laajasti kautta aineiston. Syynä tähän voi pitää sitä, että juuri Big Techin kilpailukäytännöt ovat olleet sitä koskevan selvityksen käynnistämisen suurimpana motivaattorina. Näin ollen aineistossa korostuu merkillepantavasti Big Techin toiminnan vastuullisuus kilpailun suhteen.

Viranomaiset ovat syyttäneet Big Techia vastuuttomasta ja epäreilusta kilpailutoiminnasta, jonka haitat ovat kohdistuneet sekä kilpailijoihin että käyttäjiin. Yhtiöt puolestaan katsovat, että ne ovat toimineet vastuullisesti ja niiden toimet eivät ole olleet kilpailunvastaisia - ne ovat itseasiassa suojelleet kilpailua:

The powerful executives are defending their companies as buttressing competition and offering essential services to consumers. (ASSO-29-07-20)

Yhdysvaltain kilpailulainsäädäntö ja sääntely laajemmin onkin ollut Big Techin puolella, sillä kilpailua on totuttu pitämään sitä parempana, mitä enemmän kuluttajat hyötyvät alhaisten hintojen muodossa. Aineiston kilpailua koskevassa puheessa korostuu se, että Big Techia yritetään survoa muottiin, johon se ei kelpaa:

Unlike monopolies that raise prices at will -- Amazon -- has been lowering prices, which makes it a questionable candidate for antitrust actions (EPST-22-03-19.)

He [Tim Cook] is making the case that the fees Apple charges apps to sell services and other goods are reasonable --. In over a decade since the App Store launched, "we have never raised the commission or added a single fee", Cook says. (ASSO-29-07-20.)

- -in an economy in which some companies give away their services free (think Facebook and Google), a merger or business practice can reduce competition without raising prices. (PEAR-30-07-20.)

Aineistossa esitetään, että Google ja Facebook ovat pääosin tekemisissä ilmaisten tuotteiden kanssa, ja Amazon ja Apple puolestaan ovat kysyneet laskemaan hintoja tai pitämään ne ennallaan. Koska yhtiöiden kilpailutoimet eivät ole nostaneet tuotteiden hintoja, vaan pikemminkin laskeneet niitä, Big Tech esiintyy globaalien digitaalisten markkinoiden vastuullisena kilpailijana. Toisin sanoen, kilpailua koskevan puheen mukaan Big Techin toiminta ei ole kilpailullisesta näkökulmasta vastuutonta, koska yksinomaan palvelujen hinnat ovat olleet kuluttajalle kautta linjan alhaiset.

Vastuullisuutta kilpailun näkökulmasta perustellaankin kuluttajien hyödyllä. Kuluttajat hyötyvät Big Techin toiminnasta laajasti, sillä Big Tech tarjoaa välttämättömiä tuotteita ja palveluita (kuten aiemmin: "offering essential services to consumers") ja hinnoittelee ne tehokkaasti, kuluttajien hyötyä silmällä pitäen. Toimitusjohtajat vakuuttavat, että yhtiöt suojelevat kilpailua, ja niiden innovaatiot ja toiminta palvelevat ihmisiä, auttaen heitä paremmin hallitsemaan elämäänsä:

It [Google] maintains that its services face ample competition and have unleashed innovations that help people manage their lives. (GORD-23-09-20)

In written testimony released late Tuesday, the CEOs told Congress that competition is thriving across the tech industry and consumers are benefiting as a result. (MCLAA-29-07-20.)

Mielenkiintoista on myös puheeseen sisältyvä ajatus siitä, että ihmisen tulisi jonkinlaisena perusoletuksena voida hallita elämäänsä (”manage their lives”). Ilman Big Techia ihmiset olisivat siis pulassa elämänhallintansa kanssa - toisaalta, tutkimukset *huomiotaloudesta* (ks. esim. Terranova 2012; Crogan & Kinsley 2012) ovat tarkastelleet internetin ja sosiaalisen median yhteyttä ihmisten heikentyneeseen tarkkaavaisuuteen. Tämä saattaisi viitata siihen, että elämänhallinnan ongelmat voisivatkin johtua enemmän Big Techin kaltaisista digitaalisen talouden yhtiöistä, kuin ihmisistä itsestään (ks. Zuboff 2019, 445-446).

Kuten makrotaloutta koskevassa puheessa, Big Techin kilpailulliset toimet esitetään laillisina ja hyvien toimintatapojen mukaisina. Aineistossa korostuu toistuvasti yhtiöiden kilpailullinen vastuullisuus ja reiluus, sekä niiden markkinoilla kohtaaman kilpailun haastavuus:

-- Silicon Valley giants do not threaten competition, stifle smaller rivals and [sic] harm consumers in the process. (ROMM-10-06-20.)

“We compete hard. We compete fairly. We try to be the best,” Zuckerberg said (ROMM-29-07-20.)

“The global retail market we compete in is strikingly large and extraordinarily competitive,” Bezos said in his statement. “Unlike industries that are winner-take-all, there’s room in retail for many winners”. (MCLAA-29-07-20.)

“Google operates in highly competitive and dynamic global markets, in which prices are free or falling, and products are constantly improving,” Pichai says -- . (ASSO-29-07-20.)

“Apple does not have a dominant market share in any market where we do business,” Cook says. (ASSO-29-07-20.)

Näissä esimerkeissä Big Techin kohtaamaa kilpailua kuvataan ankaraksi ja markkinoita dynaamisiksi, mutta loputtomien mahdollisuuksien maailmaksi, jossa voi olla monia voittajia (“We compete hard”; “market -- is strikingly large and extraordinarily competitive”; “there’s room -- for many winners”; “highly competitive and dynamic -- markets”). Kilpailu saa jopa *fetisoidut* (ks. esim. Gilbert 2013) piirteet: kilpailua pidetään suurena tasoittajana, joka neutralisoi erot yritysten välillä ja luo kasvua, johon kaikki pääsevät osalliseksi. Ennen kaikkea, kilpailu luo innovaatioita yritysten kilpaillessa keskenään siitä, kuka tuottaa menestyneimmän palvelun tai tuotteen - ja innovaatiot puolestaan luovat tietysti talouskasvua. Kilpailu on niin kovaa, että mikäli yhtiöt lakkaisivat innovoimasta, käyttäjät eivät enää kiinnostuisi niiden tuotteista ja palveluista, vaan siirtyisivät kilpailijan alustalle:

"We understand that if we stop innovating, people can easily leave our platform. This underscores the competition we face, not only in the U.S. but around the globe," said Will Castleberry, Facebook's vice president (SNID-06-09-19.)

The social networking behemoth [Facebook] says it competes for users' time against a wide array of services, including newer entrants such as TikTok. (ROMM-27-07-20.)

Kilpailua koskevaan puheeseen liitetään myös amerikkalaisten yritysten globaalin aseman ulottuvuuksia: jos Big Tech lakkaa kilpailemasta globaaleilla markkinoilla, jokin toinen ottaa sen paikan, eikä tämän toisen toimijan arvojen oikeellisuudesta ole takuita. Aineistossa toistuu puhe kiinalaisten digijättien kilpailun aiheuttamasta uhasta Big Techille:

[Facebook spokesman Andy Stone:] "The U.S. leads the world in technology, and we should be proud of that fact and promote it." (ROMM-12-05-20.)

He [Zuckerberg] also positioned the debate over the tech companies as a geopolitical issue, warning that efforts to break up or limit the reach of American companies could open the door to Chinese competitors. (MCLAb-29-07-20.)

Big Technin toimijuus globaalissa taloudessa on vastuullista aineiston perusteella erityisesti siksi, että se, kilpailemalla erityisesti kiinalaisia yrityksiä vastaan, edistää amerikkalaisten yritysten asemaa:

Zuckerberg last year warned against Chinese firms "exporting their vision of the Internet to other countries" in a speech last year [sic] at Georgetown University. (ROMM-12-05-20.)

Kuten makrotaloutta koskevan puheen kohdalla, myös aineistossa esiintyvä kilpailua koskeva puhe luo tietynlaista, yksiulotteista sosiaalista todellisuutta. Tässä todellisuudessa Big Tech -yhtiöt eivät ole digitaalisia markkinoita hallitsevia toimijoita, jotka voisivat tarkalleen päättää kilpailun tilasta, muodoista ja käytännöistä, vaan ne ovat yhtiöitä muiden joukossa - ne vain ovat sattuneet menestymään muita paremmin. Diskurssi luo kuvaa, jossa yksittäisen Big Tech -yhtiön mittasuhteet, markkina-arvo ja vaikutusvalta muistuttavat lähinnä start-up-tulokasta, eivätkä niinkään markkinoita keinoja kaihtamatta hallitsevaa digijättiläistä. Kuvaavaa onkin, että Facebookin toimitusjohtaja Mark Zuckerberg kuvailee kilpailun olevan niin ankaraa, että uskoo Facebookin tulevan jonain päivänä korvatuksi:

Zuckerberg said competition is so fierce that he expects one day a product will replace Facebook - and he wants Facebook to build it. (MCLAb-29-07-20.)

Voidaan kuitenkin katsoa, että tällaisen kilpailijan ilmaantuminen olisi melko epätodennäköistä, sillä Facebook on kerryttänyt ajan kuluessa niin paljon elintärkeänä

kilpailuetuna toimivaa dataa. Sama koskee myös muita Big Tech -yhtiöitä ja niiden kilpailuasemaa. Tämä vähentää olennaisesti kilpailijoiden uskallusta tai edes kykyä astua markkinoille ja kilpailla yhtiöitä vastaan.

Makrotaloutta ja kilpailua koskevat puheet, jotka esittävät kuvan Big Techistä taloudellisesti ja kilpailullisesti vastuullisena toimijana, kätkevät tehokkaasti alleen yhtiöiden tosiasiallista, valvontakapitalistista toimintaa kuvaavat seikat: laiminlyövä suhtautuminen käyttäjien yksityisyyteen, tunkeilevan ja ennennäkemättömän laajan datan ekstrahoinnin harjoittaminen, datan hyödykkeistämisen ja myynti, jotta sitä voidaan käyttää kaupallisen ohella arveluttaviin tarkoituksiin. Puhumattakaan kilpailijoiden saalistamisesta ja niiden liike-ideoiden kopioimisesta, uhkailusta ja pakottamisesta myymään yrityksensä. Hegemoninen vaurauden jakaminen -diskurssi maalaa kuvan vastuullisesta ja rehellisestä liiketoiminnasta, joka noudattaa kilpailulainsäädäntöä pilkulleen, ja tuo vanavedessään vaurautta ja taloudellista hyvinvointia.

Tässä luvussa esitellyn diskurssin hegemonisuus tulee ilmi tarkastelemalla niitä tapoja ja keinoja, joilla diskurssi pyrkii vahvistamaan sen asemaa. Nämä tavat ja keinot ovat kielellisiä ja diskursiivisia - kielelliset strategiat ilmenevät erityisesti kielen tasolla, kun taas diskursiiviset strategiat nojaavat laajempaan, tilanteelliseen tasoon (ks. luku 3.2 Kriittinen diskurssianalyysi, erityisesti Pynnönen 2013). Molempien pyrkimyksenä on vedota lukijaan ja vakuuttaa tämä diskurssin ja sen vastuullisuuskäsityksen oikeellisuudesta.

Diskurssin kielellinen strategia kiinnittyy sellaisiin *taloudellisiin kategorioihin*, jotka kumpuavat kapitalistisen talousjärjestelmän reunaehdoista. Diskurssissa toistuu puhe yhtiöiden merkityksestä taloudelle, ja esimerkiksi ajatus, että ainoastaan vapailla markkinoilla toimivat yksityisyrietykset voivat tuottaa yhteiskunnallisesti parhaan lopputuloksen tarjoamalla kaikkia hyödyttäviä tuotteita ja palveluita ("...how important these companies are to our economy and also to our ability to thrive"; "Google said its tools made it possible -- businesses worldwide to grow"). Strategiaan sisältyy myös metaforien, kuten talouskakun kasvattaminen ("growing the pie"), käyttäminen. Tämän kielellisen strategian seurauksena niinkin abstrakti ja moniulotteinen käsite kuin "talous" redusoidaan joksikin helposti ymmärrettäväksi, ennen kaikkea hienostuneen vilpittömäksi kokonaisuudeksi - eikä järjestelmäksi, jonka voi katsoa määrittävän olennaisesti ihmisen olemassaoloa, yhteiskunnallista luokkaa, jopa elämänkohtaloa.

Kapitalistiselle talousjärjestelmälle ominainen suhde kilpailuun näyttäytyy myös siinä, miten Big Tech -yhtiöitä kuvaillaan: teknojätit, teknotitaanit, Silikonilaakson jätit - esimerkiksi Facebookia kutsutaan Raamatun suurikokoiseksi pedoksi, behemotiksi (”the social networking behemoth”). Suurta kokoa, valta-asemaa ja varallisuutta, erityisesti kilpailuominaisuutena, ihaillaan: tästä kielivät ilmaisut kuten luodinkestävyys, yhtiöiden kultapinnoitetut brändit, ja markkina-arvo, joka koossa ylittää Saksan kansantalouden (”...how bulletproof the companies have become”; “corporations with gold-plated brands, millions or even billions of customers, and a combined value greater than the entire German economy”). Myös lukujen käyttö kuvaamaan arvoa, varallisuutta tai ylipäättään rahaa, liittyy tähän kielelliseen strategiaan (”We support 1.4 million small businesses supporting over \$385 billion in their core economic activity”; “millions or even billions of customers”; “\$200 billion combined worth of revenues in just one quarter.”). Kun yhtiöt toimivat talouden kannalta suotuisasti, on niiden toiminta helpompi mieltää vastuulliseksi.

Toisena vakuuttamisen keinona diskurssissa esiintyy myös diskursiivinen strategia, jossa esille nousevat tekstitasoa laajemmat, tilanteiset kokonaisuudet. Tällainen diskursiivinen strategia on geopolitiittinen sankari ja konna -tarina, jossa yhdysvaltalaiset ja kiinalaiset digijätit taistelevat globaalista digitaalisesta markkinasta. Big Tech, varustettuna vastuullisilla amerikkalaisilla arvoillaan, on sankari, joka pelastaa globaalin digitaalisen markkinan Kiinan aiheuttamalta uhalta (”efforts to break up or limit the reach of American companies could open the door to Chinese competitors”; ”The U.S. leads the world in technology, and we should be proud of that fact and promote it”). Tässä strategiassa korostuu se, että mikäli Big Tech ei hallitse globaalia digitaalista markkinaa, joku muu hallitsee - ja Big Tech sentään on *amerikkalainen*. Geopolitiittinen sankari ja konna -tarina siis aktiivisesti *toiseuttaa* Kiinan ja kiinalaiset yritykset. Näin se vetoaa kansallisiin (amerikkalaisiin) pelkoihin.

Kriittinen analyysi paljastaa diskurssin esittämän vaihtoehdottomuuden ja kapeakatseisuuden. Tämän hegemonisen diskurssin avulla Big Tech muokkaa ja uusintaa käsityksiä sen toiminnan vastuullisuudesta, samalla hämärtäen vaihtoehtoisia näkemyksiä. Tuomalla keskustelun talouden ja kilpailun rajapintaan yhtiöt kääntävät keskustelun *lopputuloksiin*, eivätkä *keinoihin*, joilla lopputulokset saavutetaan.

4.2 Välittäminen: Big Tech valvoo käyttäjien intressien toteutumista

Tässä alaluvussa esittelen toisen tutkimukseni analyysin tuloksena tunnistamani diskurssin. Olen nimennyt sen *välittämisen diskurssiksi*, sillä sen avulla rakennetaan kuvaa Big Techistä huolehtijana, valvojana ja käyttäjien intressien varmistajana. Vastuullisuusnäkökulmasta Big Techin toiminnan vastuullisuus muodostuu siten, että se varmistaa eri keinoilla käyttäjän parhaimman mahdollisen hyödyn toteutumisen. Välittäminen muodostuu neljästä osa-alueesta: käyttäjäkeskeisyydestä, yhteistyökykyisyydestä, yksityisyyden ja turvallisuuden takaamisesta ja valinnanvapauden mahdollistamisesta.

Välittämisen diskurssia voi pitää hegemonisena siksi, että diskurssissa Big Techin kuvataan toimivan sen sidosryhmät, erityisesti käyttäjät, huomioiden. Tämä näkemys on yhtenevä aiemmin esitellyn, valtavirtaisen yhteiskuntavastuun sidosryhmäteorian (ks. luku 2.3.1) kanssa, jonka voi katsoa vaikuttaneen merkittävästi vastuullisuudesta käytävään keskusteluun. Diskurssin hegemonisuus muodostuu siis sen suhteesta laajemmin vallitsevaan yhteiskunnalliseen näkemykseen siitä, mikä rooli yrityksillä ja liiketoiminnalla on nähdessä niiden sidosryhmiin. Lisäksi välittämisen diskurssiin liittyy voimakasta hyötyajattelua, mikä jättää muut intressit alisteisiksi ja toissijaisiksi. Tämä hyötyajattelu tosin palvelee lopulta yhtiöitä, eikä niinkään käyttäjiä. Siinä missä vaurauden jakaminen - diskurssissa hyöty kohdistui taloudelliseen vaikutukseen ja vastuullisuus oli laadultaan taloudellista, välittämisen diskurssissa hyöty kohdistuu (näennäiseen) käyttäjän etuun, ja on laadultaan sosiaalista: vastuullisesti toimimalla huomioidaan sidosryhmät, eli käyttäjät, viranomaiset ja lainsäätäjät sekä kilpailijat.

Aineistossa oikeusministeriön viranomaiset esittävät, että käyttäjien etu ei toteudu parhaimmalla mahdollisella tavalla Big Tech -yhtiöiden määräävän markkina-aseman, kilpailutoiminnan ja sen, että ne eivät kunnioita ihmisten yksityisyyttä, johdosta. Välittämisen diskurssissa tätä vastoin yhtiöiden toiminnasta luodaan vastuullista kuvaa. Diskurssilla tehdään hyväksyttäväksi tekoja, jotka voivat ensiarvaamalta näyttää markkina-aseman väärinkäytöltä tai kilpailunvastaiselta toiminnalta. Esimerkiksi saatuaan kritiikkiä aggressiivisesta toiminnastaan App Store -sovelluskaupassaan, Apple tähdentää poistaneensa kilpailijoiden sovelluksia siksi, että ne olivat uhka käyttäjien yksityisyydelle ja turvallisuudelle:

Cook's repeated response [was] that protecting the "privacy and security" of consumers was the reason for expelling such apps — not protecting Apple's financial interests. (TEAC-01-08-20.)

Näin Apple korostaa toimineensa käyttäjien yksityisyyden ja turvallisuuden suojelemiseksi - ei taloudellisin perustein tai valta-asemaansa lujittaakseen. Tämä vahvistaa diskurssin tapaa esittää Big Tech ylevänä ja kaikkietävänä toimijana, joka tekee kaikkensa voidakseen edistää käyttäjän turvallisuutta, yksityisyyttä ja etua. Big Techä voi luonnehtia jopa hyväntekijäksi, kuten hyvin ilmenee seuraavasta katkelmasta:

Google's statement -- noted that its free products "like Search, Maps and Gmail help millions of Americans and we've invested billions of dollars in research and development to build and improve them". (SNID-06-10-20.)

Aineistoesimerkissä Google vetoaa lukijassa siihen, että tuotteet ovat samanaikaisesti sekä ilmaisia että korkealaatuisia, ja auttavat konkreettisesti ihmisiä heidän arjessaan. Esimerkiksi kahdessa edellisessä aineistokatkelmassa huomattavaa on se, kuinka käyttäjän etu on kirjaimellisesti ensimmäisellä sijalla - se mainitaan molemmissa tapauksissa ensimmäisenä. Asiat, kuten rahallinen merkitys ("not protecting Apple's financial interests") tai tuotteiden kehitys ("we've invested billions of dollars in research and development to build and improve them") saavat toisen sijan. Välittämisen diskurssissa korostuu siis Big Techn käyttäjäkeskeisyys, joka on osa Big Techn vastuullisuutta.

Diskurssissa yhtiöt näyttäytyvät käyttäjäkeskeisyyden ohella yhteistyökykyisinä. Ne ovat valmiita keskustelemaan, neuvottelemaan ja laatimaan uusia suuntaviivoja yhdessä viranomaisten kanssa, jotta käyttäjien intressit tulevat parhaiden huomioiduiksi. Zuckerberg yllättäen esimerkiksi katsoo, että osapuolten yhteistyö ja jopa maltilliset sääntelytoimet ovat keino saavuttaa sellainen lopputulos, joka turvaa paitsi käyttäjien myös yrittäjien, ja laajemmin myös yhteiskunnan, edun. Googlen emoyhtiön Alphabetin toimitusjohtaja Pichai vastaavasti kertoo yhtiön pelaavan sääntöjen mukaan, ja olevan valmis mukautumaan myös uusiin sääntöihin. Aineistossa yhteistyökykyisyys ilmeni seuraavasti:

[Facebook:] "Many officials have approached us in a constructive manner, focused on solutions that ensure all companies are protecting people's information, and we look forward to working with them" (ROMM-15-03-19.)

"We stand ready to work with Congress on what regulation could look like in these areas," Zuckerberg plans to tell lawmakers. "By updating the rules for the internet, we can preserve what's best about it – the freedom for people to express themselves and for entrepreneurs to build new things – while also protecting society from broader harms." (GUYN-27-10-20.)

-- we've engaged constructively across jurisdictions," he [Pichai] said. "Obviously we will operate based on the rules. And so to the extent there are any areas we need to adapt, we will. Being flexible around those things are important --" (LERM-30-07-20.)

Näiden aineistoesimerkkien nojalla diskurssissa konstruoidaan vastuullisuutta yhteisten sääntöjen mukaan toimimisena ja yhteistyövalmiutena ("ensure all companies are protecting people's information"; "-- to the extent there are any areas we need to adapt, we will"; "By updating the rules for the internet, we can preserve what's best about it"). Esimerkeissä korostuu jälleen sidosryhmäteoriasta tuttu jäsenitys yrityksestä suhteessa sen sidosryhmiin. Kun puhe suunnataan viranomaisten kanssa toimimiseen, valmiuteen tehdä yhteistyötä ja avoimuuteen uutta sääntelyä kohtaan, syntyy diskurssin vastaanottajassa helposti ymmärrys Big Technin liiketoiminnan refleksiivisyydestä ja vastuullisuudesta, ja ennen kaikkea siitä, että Big Tech välittää sidosryhmistään.

Diskurssissa Big Technin vastuullisuus rakentuu lisäksi yksityisyyden ja turvallisuuden takaamisena. Verkkoalustojen yksityisyyttä ja turvallisuutta koskevat huomiot ovatkin olleet pitkään Big Techniä koskevan laajemman keskustelun ytimessä: erityisesti Facebookia on syytetty vitkastelusta haitallisen sisällön poistamisen suhteen. Välittäminen tuodaan esille esimerkiksi siten, että yhtiöiden kerrotaan panostaneen turvallisuuteen parantamalla käytäntöjä, palkkaamalla lisää työvoimaa sisällön moderoimiseksi ja toimimalla ei-suotavan sisällön suhteen tehokkaammin, jotta käyttäjille ei aiheudu harmia. Aineistossa tämä näyttäytyy esimerkiksi seuraavasti:

Many in the industry have emphasized their recent work to improve their policies, hire more people to review content and take swifter, more aggressive action to ensure users aren't harmed. (ROMM-20-02-20.)

"I understand that people have concerns about the size and perceived power that tech companies have," Zuckerberg's statement says. "Ultimately, I believe companies shouldn't be making so many judgments about important issues like harmful content, privacy and election integrity on their own. That's why I've called for a more active role for governments and regulators, and updated rules for the internet." (ASSO-29-07-20.)

"We have always said that scrutiny is reasonable and appropriate --" [Apple] said" (SNID-06-10-20.)

Google has said that scrutiny from lawmakers and regulators "often improves our products and the policies that govern them," and that in some areas, such as data protection, laws need to be updated. (ASSO-11-06-19.)

Samaan tapaan kuin aiemmissakin tämän luvun aineistoesimerkeissä, myös edellisissä korostuu välittävä, inhimillinen ja ymmärtävä lähestyminen. Tämä näkyy esimerkiksi Zuckerbergin lausunnossa, jossa kerrotaan jopa hieman holhoavaan sävyyn, kuinka suuriin teknologiayhtiöihin kohdistuvat huolenaiheet ovat ymmärrettäviä ("I understand that people have concerns..."). Viranomaisten selvityksiin suhtaudutaan suopeasti siksi, että niiden katsotaan parantavan tuotteita ja palveluita ("scrutiny from lawmakers and regulators "often improves our products and the policies that govern them") - eli käyttäjän kokemusta.

Viimeisenä välittämisen osa-alueena on valinnanvapauden mahdollistaminen. Big Tech -yhtiöiden kerrotaan vastuullisuustekona edistävän käyttäjän etua mahdollistamalla valinnanvapauden ja monipuolisten vaihtoehtojen olemassaolon. Käyttäjien ei siis *ole pakko* valita Big Techin tuotteita - markkinat ovat kilpaillut ja ne pursuavat eri tuotteita ja palveluita, joten heillä on valinnanvaraa. Valinnanvapautta voi havainnollistaa seuraavasti: käyttäessään jotain Big Techin alustaa (kuten Applen sovelluskauppaa App Storea tai Googlen Play-kauppaa), on käyttäjällä Big Techin mukaan vapaus valita myös kilpailijan tuote; samaan tapaan tämä voi päättää olla käyttämättä esimerkiksi Facebookia tai Facebookin omistamaa pikaviestisovellus Whatsappia, tai Applen tuotteita.

Juuri käyttäjän valinnanvapaus on yksi keskeisimmistä kiistankappaleista Big Techia koskevassa kilpailunvastaisessa selvityksessä. Kuten arvata saattaa, välittämisen diskurssissa valinnanvapauden katsotaan toteutuvan erinomaisesti. Aineistossa valinnanvapaus tuodaan esille esimerkiksi seuraavilla tavoilla:

"Google's services -- create more choice for consumers --" the company said in a statement (SNID-06-09-19.)

On Google's call, Pichai repeated familiar talking points that he believes Google is good for users and creates more choice (LERM-30-07-20.)

[Facebook:] "People have multiple choices for every one of the services we provide." (SNID-06-09-19.)

Aineistoesimerkeissä valinnanvapaus esitetään ylevänä arvona, jota Big Tech edistää ja puolustaa kaikin keinoin. Valinnanvapautta ei ainoastaan *ole olemassa itsessään*, vaan Big Tech *luo valinnanvapautta* aktiivisesti ("Google's services -- create more choice"; Google is good for users and creates more choice"). Toisaalta valinnanvapaus nähdään kykynä tai omistettavana asiana, joka ihmisellä lähes automaattisesti on ("People have multiple choices").

Todellisuudessa käyttäjän valinnanvapautta digitaalisen talouden tuotteiden ja palveluiden suhteen voitaneen kuitenkin pitää melko vähäisenä. Onkin hieman ironista, että neljä teknologiayhtiötä, jotka ovat todistetusti markkina-arvoltaan maailman suurimpia, ja jotka kukin johtavat omaa osaansa toimialasta, puhuvat valinnanvapaudesta tuotteidensa ja palvelujensa suhteen - jo niiden markkina-asema ja markkina-arvo osoittavat sen, että käyttäjän vapaus valita käyttääkö niiden tuotteita tai ei, on todennäköisesti melko suppea. Tämä vastakkainasettelu markkina-aseman kasvun ja kuluttajien kokemuksen paranemisen välillä esiintyy myös aineistossa:

-- where critics see an anticompetitive move, Big Tech sees a noble effort to improve service for consumers. (LACH-04-08-20).

Diskurssi konstruoi näkemystä todellisuudesta, jossa Big Technin toiminta ei pohjaudu (valvonta)kapitalistiseen (käyttäytymisdatan) riistoon, vaan jossa Big Technin ja käyttäjien intressit ovat niin ikään samassa linjassa: todellisuudesta, jossa käyttäjistä *välitetään*. Esimerkiksi on kuvaavaa, että Amazonin toimitusjohtaja Jeff Bezos luonnehtii Amazonin toimintamallia ”asiakaspakkomielteeksi”:

“At Amazon, customer obsession has made us what we are, and allowed us to do ever greater things,” Bezos wrote. (GREEN-29-07-20)

Tämä paljastaa hyvin osuvasti, millaiseksi Big Tech-yhtiöt todellisuudessa mieltävät niiden tuotteita käyttävän yksilön: pakkomielteen kohteeksi. Tässä pakkomielteessä korostuu yhtiöiden tarve kerätä valtavat määrät käyttäytymisdataa ja muuntaa se taloudelliseksi tulokseksi.

Välittämisen diskurssissa ei-lausuttu mutta sen sijaan vahvasti implikoitu väite siitä, että Big Tech *tietää* mikä on käyttäjille parasta, ei itsessään ole kaukana todellisuudesta. Big Technin valta-asema onkin muodostunut osaksi juuri siitä, että sillä on niin paljon tietoa käyttäjistään. Käytännössä sen voi siis katsoa tietävän mitä käyttäjät haluavat - tosin parempi ilmaisu olisi, että yhä enenevässä määrin käyttäjät haluavat sitä, mitä Big Tech kulloinkin *tahtoo käyttäjien haluavan* (Zuboff 2019, 8).

Tässä luvussa esittämäni aineistoesimerkit välittämisestä tuovat kahdella tapaa esiin sen, millaiseksi välittäminen kuitenkin lopulta muodostuu, ja mitä välittäminen paljastaa Big Techistä ja valvontakapitalismista. Ensimmäiseksi, yhtiöiden kerrotaan panostaneen siihen, että niiden alustojen sisältöä, erityisesti haitallista ja vahingoittavaa, voidaan paremmin hallita (”their recent work to improve their policies”). Big Tech onkin kuin verkossa

tapahtuvien interaktioiden valvoja, jopa tuomari - yhtiöt voivat poistaa alustoiltaan sisältöä, kuten kommentteja, julkaisuja, tilejä ja kilpailevia toimijoita, jotka eivät ole niiden itsensä määrittämien yhteisönormien mukaisia. Toisin sanoen, yhtiöiden valta muistuttaa alati enemmän sellaista valtaa, joka perinteisesti on ollut valtioiden hallussa. Tästä panostuksesta huolimatta haitallinen sisältö tuntuu olevan päättymätön ongelma.

Toiseksi, vaikka yhtiöillä on keinot ja mahdollisuudet kontrolloida alustojaan, tehdä päätöksiä sisällön suhteen, ja vaikka ne sanovatkin toimivansa käyttäjien edun mukaisesti, viestivät ne kuitenkin haluavansa laajempaa ohjausta lainsäätäjiltä ja valtiolta päätöksiin, jotka koskevat haitallista sisältöä, yksityisyyttä ja vaalien turvallisuutta (”companies shouldn’t be making so many judgments about important issues like harmful content, privacy and election integrity on their own”; ”a more active role for governments and regulators”). Yhtiöiden voi siis katsoa yhtäältä rakentavan kuvaa itsestään yksinvaltiaina, jotka välittävät käyttäjistä ja heidän edustaan, mutta toisaalta toivovan lisää sääntelyä ja tukea valtioilta ja lainsäätäjiltä siihen, miten toimia esimerkiksi yksityisyyden suhteen.

Diskurssin tekstitason tarkastelu paljastaa kaksi mielenkiintoista kielellistä strategiaa. Ensimmäiseksi, Big Techin edustajat viittaavat tuotteitaan ja palveluitaan käyttäviin lähes pääasiallisesti *kuluttajina* (consumers) kun taas viranomaiset puhuvat kuluttajien ohella useimmin myös *käyttäjistä* (users). Kuluttajan voi terminä ajatella viittaavan jonkin tuotteen tai palvelun ostaneeseen henkilöön. Käyttäjällä taas viitataan henkilöön, joka yksinomaan käyttää tuotetta tai palvelua - ilman ostamiseen liittyvää toimintoa. Voidaankin ajatella, että ihmiset ovat pääsääntöisesti Big Techin tuotteiden ja palveluiden *käyttäjiä*, sillä yhtiöiden palvelut pohjautuvat pääosin digitaalisiin alustoihin tai verkkoympäristöihin, joille kirjautuminen ei useinkaan ole maksullista. Koska yhtiöt haluavat rakentaa kuvaa vuorovaikutuksellisesta ja molemminpuolisesta suhteesta, käyttävät ne kuitenkin useimmissa tapauksissa mieluummin termiä *kuluttaja*. Tämä voi johtua siitä, että *käyttäjän* ei välttämättä ajatella herättävän paljoakaan positiivisia mielikuvia, vaan termi sen sijaan voi luoda *kuluttajaan* verrattuna kuvaa passiivisesta ja ulkopuolisesta osallistujasta.

Toiseksi, Big Techin edustajat viittaavat toistuvasti ydintoimintoihinsa *alustoina*. Sanana alusta, toisin kuin esimerkiksi tuote tai palvelu, on huomattavan neutraali - se on kuin itsestään syntynyt fyysinen rakennelma tai kannatteleva muodostelma. Kun puhutaan väkivaltaisen tai haitallisen sisällön kitkemisestä *alustoilla* eikä esimerkiksi *palveluissa* tai *tuotteissa*, syntyy mielikuva tilanteesta, jossa yhtiöt ovat luoneet alustan parhaimpina

tarkoituksiperineen, ja siellä tapahtuva haitallinen toiminta ei riipu millään tavalla itse alustan hallinnoijasta tai sen mekanismeista - kuten algoritmeista, joiden tiedetään vahvistavan esimerkiksi niin kutsuttuja kuplia.

Kielellisten strategioiden ohella diskurssilla on kaksi diskursiivista strategiaa, ulkoistaminen ja teknillistäminen. Nämä kaksi strategiaa esiintyvät erityisesti yksityisyyden ja turvallisuuden yhteydessä, ja ne vaikuttavat siihen, millaiseksi diskurssin esittämä vastuullisuus lopulta muodostuu. Ensimmäiseksi, välittämisen diskurssi tuntuu tyystin sivuuttavan viranomaisten ja kriitikkojen esittämät puutteet yksityisyydessä ja turvallisuudessa. Tässä diskurssin roolina on väärän tai valheellisen sanoman tuottamisen sijasta jonkin tietyn kokonaisuuden ylikorostaminen. Diskurssissa ylikorostetaan esimerkiksi yksityisyyttä ja turvallisuutta suojaavia toimia, mutta suppeasti ja yksiulotteisesti: alustojen yksityisyyteen ja turvallisuuteen liittyvät puutteet eivät johdu Big Techistä itsestään. Strategisena ominaisuutena diskurssi siis ulkoistaa haitan.

Haitan ulkoistamisen johdosta myös diskurssin vastuullisuuskäsitys muovautuu yksiulotteiseksi: yhtiöt varmistavat käyttäjien yksityisyyden ja turvallisuuden ainoastaan toisten käyttäjien, kilpailijoiden tai jonkin muun toimijan aiheuttamia mahdollisia uhkia vastaan ("protecting the privacy and security of consumers was the reason for expelling such apps"; "hire more people to review content"; "take -- action to ensure users aren't harmed"). Yksiulotteisuudessaan vastuullisuuskäsitys jättää tietoisesti käsittelemättä yhtiöiden toiminnan fundamentaalisia lainalaisuuksia - eli valvontakapitalistista toimintalogiikkaa.

Toinen strateginen ominaisuus on teknillistäminen. Tämä ilmenee sekä tekstitasolla että diskursiivisella tasolla. Siinä huomio viedään tehokkaksiin teknisiin toimiin, joilla yksityisyyttä ja turvallisuutta edistetään: ei-turvallisia sovelluksia karkotetaan, toimintatapoja parannetaan, sisältöä arvioidaan, toimiin ryhdytään, sääntöjä päivitetään ja parhaita ominaisuuksia säilytetään ("reason for expelling"; "improve policies", "review content", "take action"; "updating the rules for the internet; "preserve what's best"). Tämä saa aikaan vaikutelman dynaamisuudesta ja joustavuudesta: jopa yhtiöiden mahdollisuudesta toimia yhteiskunnallisten muutosten ajureina. Tästä huolimatta teknillistäminen, aivan kuten ulkoistaminen, toimii piilotetun toimintalogiikan jatkuvuuden varmistamiseksi. Siinä digitaalisen teknologian ja alustojen lieveilmiöt, kuten vihapuhe ja haitallinen sisältö näyttävät managerialistisina, johdettavissa olevina asioina. Tärkeintä strategiassa on vastaanottajan huomion kiinnittäminen näihin haittatekijöihin, ja sen jälkeen

sen osoittaminen, että haittoihin puututaan tehokkain ja teknisin toimin. Paradoksaalisesti Big Tech jopa hyötyy siitä, että yleinen huomio kiinnittyy alustoilla muiden toimesta tapahtuvaan väärinkäyttöön, eikä sen ydintoimintaan, inhimillisen kokemuksen väärinkäyttöön.

Edellä kuvattujen diskursiivisten strategioiden, ulkoistaminen ja teknillistäminen, johdosta diskurssin muodostama vastuullisuuskäsitys jää kokonaisuudessaan siis kapeaksi. Se ei kata lainkaan Big Techin ydintoimia ja ydinkäytäntöjä - vastuullisuuskin on ikään kuin ulkoistettu. Jotain ironista on myös siinä, että maailman voimakkaimmat yhtiöt eivät jatkuvista toimintojensa kehittämisestä huolimatta näytä kykenevän poistamaan järjestelmällisemmin haitallista sisältöä ja esimerkiksi valeuutisia.

4.3 Arvojohtajuus: Big Tech edistää vastuullisia arvoja

Tässä alaluvussa esittelen kolmannen ja viimeisen analyysin tuloksena syntyneen diskurssin. Olen nimennyt sen *arvojohtajuuden diskurssiksi*, sillä siinä rakennetaan kuvaa Big Techistä vastuullisten arvojen edustajina ja edistäjinä. Arvojohtajuuden diskurssissa esiintyy sekä liberaaleiksi mielletäviä arvoja, kuten demokratia ja vapaus, että arvoja, joita aineistossa kuvaillaan ”amerikkalaisiksi arvoiksi”. Näitä ovat esimerkiksi yritteliäisyys, menestys ja kekseliäisyys. Diskurssin vastuullisuuskäsitys konstruoidaan siis pääasiallisesti arvoilla ja arvoihin liittyvällä sanastolla.

Olen jäsentänyt arvojohtajuuden diskurssin tarkemmin demokratian, vapauden ja amerikkalaisen erityislaatuisuuden osa-alueisiin. Arvojohtajuuden diskurssi vaikuttaa erityisesti toisintavan liberaalia kapitalistista ideologiaa ja liberalistista edistysuskoa. Tämä ilmenee yhtäältä tavoissa, joilla Big Tech -yhtiöt jäsentävät toimintaansa suhteessa muihin toimijoihin, ja toisaalta tavoissa, joilla yhtiöt vastaavat niiden toiminnasta esitettyyn kritiikkiin.

Arvojohtajuuden diskurssi sisältää normatiivisia ja kyseenalaistamattomia oletuksia, jotka vahvistavat diskurssin hegemonisuutta: nämä oletukset viittaavat Big Techin arvojen ylivertaisuuteen, kiistattomuuteen ja lopullisuuteen. Temaattisesti arvojohtajuuden diskurssi, ja tapa, jolla diskurssi käsittelee näitä liberaaleja arvoja, on paitsi hyvin kapeakatseinen myös voimakkaan Amerikka-keskeinen. Tästä syystä olen päättänyt luokittelemaan diskurssin rakentaman vastuullisuuskäsityksen kansalliseksi - vastuullisuutta rakennetaan yksinomaan kansallisesta (amerikkalaisesta) viitekehyksestä.

Big Techin vastuullisuuden yhteydessä korostuu toistuvasti demokratia. Yhdysvaltain oikeusministeriön selvitystä Big Tech -yhtiöiden toiminnasta voi osaltaan pitää yrityksenä palauttaa kontrolloimattomat yhtiöt demokratian piiriin. Demokratiaa koskevan puheen tuottajina ovat viranomaisten ohella Big Tech -yhtiöiden edustajat, ja osapuolilla on eriävät käsitykset siitä, miten yhtiöt ovat toimineet: viranomaiset ja kriitikot katsovat pääsääntöisesti, että yhtiöt ovat vaarantaneet demokratian ja että niiden toimia tulee siksi tarkastella. Big Tech -yhtiöt puolestaan eivät katso demokratian vaarantuneen toimiansa johdosta, vaan niiden mukaan ne ovat toimineet demokratian puolustajina ja mahdollistajina. Aineistossa tämä näyttäytyy esimerkiksi seuraavasti:

[Zuckerberg:] “We believe in values — democracy, competition, inclusion and free expression — that the American economy was built on”. (ASSO-29-07-20.)

-- Facebook's success has been grounded in the American values of democratic expression and competition -- (GREE-29-07-20.)

Demokratia, ja liberaalit arvot kuten inklusio ja ilmaisunvapaus, konstruoidaan diskurssissa luontaiseksi osaksi yhtiöiden toimintaa, kuten edeltävistä esimerkeistä käy ilmi. Toisin sanoen, yhtiöiden toiminnan pohjaaminen demokratialle ja liberaaleille arvoille ("the American values of democratic expression") tekee yhtiöistä vastuullisia. Huomionarvoista on myös se, kuinka aineistoesimerkissä viitataan ei pelkästään liberaalin demokratian arvoihin, vaan myös siihen, että nämä arvot ovat erottamaton osa amerikkalaista taloutta ("we believe in values -- that the American economy was built on"; "the American values").

Kuten *vaurauden jakaminen* -diskurssissa, myös arvojohtajuuden diskurssissa esiintyy vastakkainasettelua Big Techin ja sen globaalien kilpailijoiden, erityisesti Kiinan, välillä. Jo arvoista itsessään puhuminen ennakoii sitä, miten käsiteltävät arvot peilautuvat joihinkin muihin arvoihin tai *Toiseen* nähden, ja mitkä arvot konstruoidaan ylivertaisiksi tai vastuullisimmaksi muihin nähden. Demokratiaa koskevassa puheessa voi nähdä ei-julkilausuttuja, mutta implikoituja oletuksia liberaalin demokratian ylemmyydestä suhteessa kilpailijan (Kiinan) autoritääriseen yhteiskuntajärjestelmään. Tämä käy ilmi esimerkiksi seuraavasta:

[Zuckerberg:] "There's no guarantee our values will win out. China is building its own version of the internet focused on very different ideas --." (MCLAb-29-07-20.)

Diskurssissa Big Tech kehystetään siis vastuullisemmaksi kuin sen globaali kilpailija Kiina siksi, että Big Tech on liberaalien arvojen ohjastama globaali arvojohtaja - digitaalisen teknologian kehittämisen suhteen Kiina taas on keskittynyt tyystin erilaisiin ihanteisiin ("very different ideas"). Diskurssin hegemonisuutta vahvistavat siis käsitys liberaalin demokratian ylivertaisuudesta ja siitä, että liberaalein arvoin valveutunut toiminta on lähtökohtaisesti vastuullista. Tai, vaihtoehtoisesti ilmaistuna, *ainakin vastuullisempaa* kuin muiden arvojen ohjastama toiminta. Diskurssissa aktiivisesti toiseutetaan muut arvot, ja kyseenalaistetaan vastuullisuuden olemassaolo liberaalien arvojen ulkopuolella.

Diskurssissa vastuullisuutta konstruoidaan myös vapauden kautta. Siinä Big Tech -yhtiöt kehystetään ilmaisun- ja sananvapauden puolustajina ja viimeisimpänä suojavallina: tämä siitä huolimatta, että yhtiöitä, erityisesti Facebookia ja Googlea, on viime vuosina yhä kiihtyvämmin syytetty sananvapauden rajoittamisesta ja esimerkiksi Yhdysvaltain

republikaanipolitiikkojen sensuroimisesta. Yhtiöt kuitenkin kieltävät suosineensa jotain tiettyä puoluetta ja sensuroineensa toista. Niiden mukaan ne tasapuolisesti sallivat sekä vapaan ilmaisun että rajoittavat vihapuhetta ja väärinkäyttöä. Aineistossa vapauteen liittyvä puhe tulee esille esimerkiksi seuraavilla tavoilla:

Zuckerberg has said the company aims to allow as much free expression as possible unless it causes imminent risk of specific harms or damage. (GORD-28-07-20.)

Tech companies deny any partisanship, saying their policies strike a balance between allowing users to freely express themselves and keeping hate, abuse and misinformation off their platforms. (GUYN-27-10-20.)

[Zuckerberg:] "Section 230 made it possible for every major internet service to be built and ensured important values like free expression and openness were part of how platforms operate. Changing it is a significant decision. However, I believe Congress should update the law to make sure it's working as intended." (GUYN-27-10-20.)

Facebook said it had stood for free expression -- against a rising tide of international censorship --. (ROMM-29-07-20.)

Kuten edelliset aineistokatkkelmat tuovat esille, keskeistä vastuullisuuden kannalta on vapauden salliminen. Koska yhtiöt toimillaan päättävät vapaudesta rajoittamalla sitä tarpeen tullen, kyse on tietyllä tavalla vapauden hallinnasta: liiallinen vapaus johtaa tilanteeseen, jossa alustojen haitallinen sisältö kasvaa, ja liian vähän vapautta taas johtaa ilmaisunvapauden kaventumiseen. Valta päättää tästä oikeasta *vapauden määrästä*, tai tasapainosta ("company aims to allow as much free expression as possible unless it causes imminent risk"; "a balance between allowing users to freely express themselves and keeping hate, abuse and misinformation off their platforms"), on Big Techillä. Riippumatta siitä, ajatteleeko moderoinnin olevan positiivinen tai negatiivinen asia, Big Tech on se, joka moderoinnista ja vapauden määrästä päättää - eikä esimerkiksi jokin demokraattisesti valittu taho.

Lisäksi yhtiöiden tapa vedota lainsäädäntöön, tarkemmin *Communications Decency Act* -lain artiklaan 230, sisältää taitavaa strategista retoriikkaa. Artiklan tiedetään olleen merkittävä valvontakapitalismin kehittymisen kannalta, sillä se suojelee palveluntarjoajia niiden alustoille ladatulta sisällöltä (Zuboff 2019, 110-111). Lisäksi se on antanut teknologiayhtiöille vapaat kädet kehittää niille elintärkeitä mittakaavaetuja. Diskurssissa kuitenkin konstruoidaan todellisuutta, jossa artiklan kerrotaan *varmistaneen*, että vapaa ilmaisu ja avoimuus ovat keskeisiä yhtiöiden toiminnassa ("Section 230 -- ensured important

values like free expression and openness were part of how platforms operate”) - kun todellisuudessa artikla päästää yhtiöt kuin koiran veräjältä.

Arvojohtajuuden diskurssin kolmanneksi keskeiseksi osa-alueeksi olen nimennyt *amerikkalaisen ekseptionalismin* eli *amerikkalaisen erityislaatuisuuden*. Amerikkalainen erityislaatuisuus pohjautuu käsitykseen Yhdysvaltojen luontaisesta erityisyydestä muihin kansakuntiin nähden (ks. esim. Ceaser 2012; Deudney & Meiser 2008). Amerikkalainen erityislaatuisuus näyttäytyy vastuullisuuden näkökulmasta kehämäisenä päätelmäketjuna: amerikkalaiset arvot nähdään luontaisesti vastuullisina ja näin ollen amerikkalaisten yritysten tulee tavoitella menestymistä, sillä menestyneinä ne voivat parhaiten toteuttaa luontaista vastuullisuuttaan. Lisäksi vastuullinen toiminta nähdään kulttuuristen odotusten mukaan toimimisena: diskurssin rakentaman kuvan mukaan yhtiöiden odotetaan toimivan *amerikkalaisten arvojen* mukaisesti, vastuullisesti.

Käsitys amerikkalaisesta erityislaatuisuudesta näyttäytyy esimerkiksi siten, että talouskasvu, innovaatiot ja teollisuudenalojen kehitykset, ja joissakin tapauksissa jopa uudet teollisuudenalat, nähdään yksinomaan amerikkalaisina ansioina. Aineistossa tämä ilmenee esimerkiksi seuraavilla tavoilla:

[Facebook spokesman Andy Stone:] “The U.S. leads the world in technology and we should be proud of that fact and promote it,” (ROMM-12-05-20)

The U.S. is "the globe's innovation leader, and we also have the world's most dynamic startup scene. It's not a coincidence --", he [Michael Petricone, Consumer Technology Association] said. (SNID-02-08-20)

“[The] American innovators are an essential part of U.S. economic health, national security and individual freedoms” (ROMM-12-05-20.)

Aineistonäytteet osoittavat, että näkemys amerikkalaisesta erityislaatuisuudesta esiintyy Big Technin edustajien ohella myös muiden toimijoiden, kuten *Consumer Technology Associationin* ja teknologiayhtiöiden lobbausjärjestön, *The American Edge Projectin* edustajien puheessa. Amerikkalainen erityislaatuisuus onkin Big Techin laajempi merkitysjoukko, josta Big Techn voi katsoa ammentavan. Arvojohtajuuden diskurssiin sisältyvät oletukset ovat siis yhtäältä *kulttuurisia oletuksia* ja *odotuksia*, mutta myös aktiivisesti Big Technin itsensä edistämiä, toteuttamia ja toisintavia.

Amerikkalaiseen erityislaatuisuuteen kiinnittyvät arvot, kuten yrittäjyys, menestyksen tavoittelu ja kekseliäisyys, ovat keskeisiä elementtejä, joiden ympärille Big Technin toiminta

ja toiminnan vastuullisuus kehystetään. Aineistossa näitä arvoja tuodaan esille esimerkiksi seuraavilla tavoilla:

They [Big Tech CEOs] -- portrayed their companies as embodying American entrepreneurship. (MCLAA-29-07- 20)

Facebook called itself "an American success story" (SNID-06-10-20)

Facebook executives have been calling broadly for regulation while explicitly rejecting the idea of breaking up "a successful American company." (ASSO-11-06-19)

-- Bezos, -- Cook, -- Zuckerberg and -- Pichai -- took the witness stand to fiercely defend their businesses -- as rags-to-riches success stories, made possible only through American ingenuity and the sustained support of their ever-growing customer bases. (ROMM-29-07-20)

Näissä esimerkeissä Big Tech -yhtiöt konstruoidaan amerikkalaisen yrittäjyyden ruumiillistumina ("companies as embodying American entrepreneurship"), amerikkalaisina menestystarinoina ("an American success story"; "a successful American company") ja amerikkalaisen kekseliäisyyden tuotoksina ("made possible only through American ingenuity"). Lausunnoissaan Big Tech -yhtiöiden toimitusjohtajien kerrotaan myös vedonneen ryysyistä rikkauksiin -menestystarinoihin ("rags-to-riches success stories"). Tällaiset yritteliäisyydestä ja kovasta työstä kertovat menestystarinat toistuvat usein amerikkalaisessa nykymytologiassa (ks. Peña 2016, 59): siinä kaikki yksilöt, olosuhteista riippumatta, ovat muutamaa onnekasta sattumaa vaille miljonäärejä.

Amerikkalaisen erityislaatuisuuden suhde vastuullisuuteen näyttää kiinnittyvän erityisen vahvasti juuri *amerikkalaisuuteen*. Amerikkalaisuus itsessään on ymmärrettävästi kulttuurinen normi, ja sen esiintyminen yhdysvaltalaisesta media-aineistosta analysoitaessa ei ole yllättävää. Se on syynä sille, miksi aineistossa puhutaan *amerikkalaisesta* menestystarinasta, *amerikkalaisesta* yrittäjyydestä ja *amerikkalaisesta* kekseliäisyydestä - ei pelkästään menestystarinasta, yrittäjyydestä tai kekseliäisyydestä. Vastuullisuutta perustellaan siis kulttuurisesta lähtökohdasta: Big Tech-yhtiöt ovat vastuullisia, koska ne ovat *amerikkalaisia*, koska se edustavat *amerikkalaisen yrittäjyyden ruumiillistumaa*, ennen kaikkea koska ne ovat *menestyneitä amerikkalaisia yrityksiä*.

Tässä luvussa esitetty arvojohtajuuden diskurssi konstruoi Big Techin vastuulliseksi toimijaksi, jonka jokainen toiminto kumpuaa sen vahvasta arvopohjasta. Diskurssi toisintaa käsitystä, jonka mukaan (Big Techin edistämät) liberaalit ja amerikkalaiset arvot ovat tae vastuullisuudesta. Toisin sanoen, diskurssin rakentama vastuullisuuskäsitys nojaa täysin

siihen arvottavaan ja ulossulkevaan ymmärrykseen, että valistuksen ihanteisiin pohjaavat Eurooppa- ja Amerikka-keskeiset arvot ovat luonnostaan vastuullisia - ja vastuullisempia kuin muut arvot.

Diskurssi pyrkii voittamaan lukijan puolelleen ja saamaan vastaanottajan hyväksymään kuvan yhtiöistä ihanteellisina ja edistyksellisinä toimijoina. Tarkempi kriittinen analyysi kuitenkin rikkoo tämän kuvan. Seuraavaksi esittelen niitä tekstuaalisia ja diskursiivisia strategioita, joilla diskurssi pyrkii vakuuttamaan vastaanottajansa.

Tekstitasolla esiintyy sekä substituution (korvaaminen) että vakuuttamisen strategioita. Substituution strategia tiivistyy jonkin käytetyn käsitteen korvaamiseen lähes samalla, mutta omiin tarkoituseriin paremmin soveltuvalla käsitteellä. Tekstissä tämä ilmenee erityisesti sananvapauden ja ilmaisunvapauden yhteydessä. Viranomaiset ja kriitikot katsovat, että Big Techin toimet, erityisesti republikaanipolitiikkojen julkaisujen sensuroiminen, ovat esimerkki *sananvapauden* rajoittamisesta alustoilla. Tämä näkökanta tulee ilmi esimerkiksi seuraavasta katkelmasta:

Trump -- attacked the industry for what he called the censoring of conservatives — and pledged to explore “all regulatory and legislative solutions to protect free speech.” (ROMM-24-07-19)

Big Techin edustajat puolestaan puhuvat lähes kaikissa tapauksissa sananvapauden sijasta *ilmaisunvapaudesta* (“as much free expression as possible”; “freely express”; “important values like free expression”). Käsitteet ovat sisällöllisesti hyvin pitkälti yhteneväiset - kumpikin niistä viittaa oikeuksiin kielenkäytön ja ilmaisun suhteen. Big Tech kuitenkin vaikuttaa yrittävän luoda näiden välille eroavaisuuksia: strategian käyttäminen näyttäisi viittaavan siihen, että Big Techin mielestä pelkkä sananvapauden edistäminen olisi retorisesti liian vähäinen teko. Ilmaisunvapauden edistäminen näyttäytyy sitä vastoin puolestaan jo ylevämpänä ja kunnianhimoisempana projektina.

Vakuuttamisella tarkoitan puolestaan sellaista strategiaa, jossa lukijan halutaan ymmärtävän tekojen aitous ja varteenotettavuus. Vakuuttamista ilmenee laajasti kautta aineiston, mutta erityisesti arvoista puhuttaessa, ja siihen liittyy empaattisten sanojen ja toimintojen kuvauksia. Kielellinen strategia ilmenee esimerkiksi seuraavasti: Big Tech pyrkii *sallimaan niin paljon* vapaata ilmaisua *kuin on mahdollista* (“aims to allow as much free expression as possible”), Big Tech -yhtiöiden käytännöt *sallivat* käyttäjien ilmaista itseään mutta *samanaikaisesti* pitävät vihapuheen ja haitallisen sisällön alustojensa ulkona (“their policies

strike a balance between allowing users to freely express themselves and keeping hate, abuse and misinformation off their platforms”), ja Big Tech *edistää* vapaata ilmaisua kasvavan kansainvälisen sensuurin edessä (”stood for free expression -- against a rising tide of international censorship”). Big Tech rakentuu tämän kielellisen strategian kautta sallivaksi ja edistysmieliseksi arvojohtajaksi, jonka valvonnassa arvot pääsevät kasvamaan täyteen mittaansa.

Tekstuaalisten strategioiden ohella arvojohtajuuden diskurssissa korostuvat sekä vertaileva että edistysuskoinen diskursiivinen strategia. Vertaileva diskursiivinen strategia korostaa Big Techin arvojen kytköstä toimintaan suhteessa muihin toimijoihin: Big Tech konstruoidaan vastuulliseksi, liberaalien arvojen ohjastamaksi toimijaksi - ja samanaikaisesti näiden arvojen ulkopuolelle jäävät toimijat toiseutetaan. Arvojohtajuuden diskurssi ei kykene käsittelemään arvoja ilman, että se vertailisi niitä muihin arvoihin. Tämä ilmenee esimerkiksi siinä, kuinka omat arvot esitetään uhanalaisiksi ja pelastamista vaativaksi (”There’s no guarantee our values will win out. China is building its own version of the internet focused on very different ideas”). Samanaikaisesti arvojen pelastajaksi ja ylläpitäjäksi esitetään itseä, Big Techia.

Edistysuskoinen diskursiivinen strategia puolestaan kuvastaa näkemystä, jonka mukaan edistäminen, ylläpitäminen ja kehittäminen olisivat itsessään yhteiskunnallisesti kannatettavia, suotavia ja automaattisesti positiivisia asioita - huolimatta siitä, *mitä* edistetään, ylläpidetään tai kehitetään, ja miten. Sitä voi pitää valistuksen ihanteista ponnistavana kapitalistisena metanarratiivina, joka tietoisesti pyrkii peittämään jotkin muut ideaalit, kuten emansipaation ja tasa-arvoisuuden, alleen. Aineistossa yhtiöt ilmaisevat uskovansa demokratian, kilpailun, inklusion ja vapaan ilmaisun arvoihin (”We believe in values - democracy, competition, inclusion and free expression”), tahtovansa korostaa Yhdysvaltain asemaa teknologian johtajana (”The U.S. leads the world in technology and we should be proud of that fact and promote it”) ja toivovan, että internetiä koskevaa lainsäädäntöä kehitetään (”Section 230 -- ensured important values like free expression and openness --. Changing it is a significant decision. However, I believe Congress should update the law to make sure it’s working as intended”).

Esittämäni tekstuaaliset ja diskursiiviset strategiat pyrkivät ensisijaisesti vakiinnuttamaan Big Techin aseman arvojohtajana ja jyvittämään käsitystä Big Techin vastuullisuudesta. Toissijaisesti niiden voi ajatella toisintavan niitä laajempia kulttuurisia ymmärryksiä, jotka

jäsentävät Big Techin, mutta myös muiden yritystoimijoiden toimintaa: liberalistista, edistysuskoista ja teknorationaalista ymmärrystä. Nämä ymmärrykset tulevat ilmi seuraavista aineistoesimerkistä:

“We’re -- reminded that the same technology that facilitates free speech, connects with our loved ones -- and enriches our lives can pose serious dangers,” FBI Director Christopher A. Wray said. (ROMM-20-02-2020.)

“Everyone understands that our democracy now is on the line when it comes to disinformation, censorship, who gets to speak in the public sphere and what to do about all these content questions --. While it is important to raise questions about the market power and anti-competitive concerns around the tech giants -- missing from all of it was an acknowledgment of how important these companies are to our economy and also to our ability to thrive, and for people who are totally isolated to be able to connect in an age of COVID-19.” (SNID-02-08-20)

Vaikka edellisissä esimerkeissä sanoma on yhtiöiden toiminnan suhteen näennäisen kriittinen (“pose serious dangers”; “our democracy is now on the line”), on se kuitenkin samaan aikaan häilyvän teknologiamyönteinen ja edistysuskoinen (“technology that facilitates free speech”; “enriches our lives”; “how important these companies are to our economy and also to our ability to thrive”; “able to connect in an age of COVID-19”). Toisin sanoen, tällainen kritiikki ei voi toimia paremman yhteiskunnallisen todellisuuden tuottajana, tai edes lähtölaukauksena sille, koska se ei täytä immanentin kritiikin (ks. 2.2 Kriittinen tutkimustraditio) vaatimuksia.

Arvojohtajuuden diskurssi pelkistää arvot, kuten vapaus ja demokratia, jotka todellisuudessa omaavat valtavan historiallisen merkityskirjon, teknorationaalisen ja managerialistisen hienosäätämisen kohteeksi. Samalla diskurssin vastuulliskuva jää edellisten tavoin ohueksi. Siinä missä arvojen todelliset merkitykset on sivuutettu ja ne on kaapattu omien (valvontakapitalististen) tarkoitusperien edistämiseksi, on myös vastuullisuudesta tullut väline.

5 Johtopäätökset

Tässä luvussa esittelen tutkimukseni johtopäätökset. Tutkimukseni tarkoituksena on ollut kriittisen diskurssianalyysin keinoin tunnistaa millaisia yritysten yhteiskuntavastuuseen liittyviä diskursseja Big Techin toiminnasta rakentuu kahden yhdysvaltalaisen uutislehden (The Washington Post ja USA Today) artikkeleissa. Tutkimuskysymyksiksi rajasin seuraavat:

Millaisia vastuullisuusdiskursseja Googlen, Amazonin, Facebookin ja Applen (Big Techin) toiminnasta rakentuu kahdessa yhdysvaltalaisessa uutisjulkaisussa?

Mitä kriittisiä yhteiskunnallisia implikaatioita vastuullisuusdiskursseilla on?

Miten vastuullisuusdiskurssit johtavat ideologian todeksi tekemiseen?

Vastuullisuusdiskurssien kriittisessä luennassa olen kriittisen tutkimustradition mukaisesti keskittynyt siihen, millaista sosiaalista todellisuutta diskurssit rakentavat, ja pyrkinyt immanenttiin kritiikkiin. Esitän, että vastuullisuusdiskurssit muodostavat uuden kokonaisuuden, jota nimitän *valvontakapitalistiseksi vastuullisuuden ideologiaksi*. Vastuullisuus on valjastettu vallitsevien toimintatapojen ja yhteiskunnallisten suhteiden ylläpitämiseksi: vastuullisuuden ideologiassa on siis kyse vastuullisuuden itsensä sijasta siitä, että sitä voidaan käyttää keinona oikeuttaa valvontakapitalistisen toiminnan jatkuvuus ja turvata olemassa olevat valtasuhteet.

Tämä luku rakentuu seuraavasti: ensimmäiseksi tiivistän tuloslukujen keskeisen annin ja tulosten kriittiset, yhteiskunnalliset merkitykset ja implikaatiot. Tällainen sosiaalisen tason analyysi vastaa Pynnösen (ks. 2013) hahmottelussa kriittisen diskurssianalyysin kolmatta vaihetta. Johtopäätösten tulokinnassa käytän apuna sekä althusserilaista ideologiakäsitystä, että Žižekin ideologista fantasiaa (ks. 2.2.2 Myöhempi kriittinen teoria). Althusserilaisessa ideologiakäsityksessä katsotaan, että ideologia on aina yhden askeleen päässä todellisuudesta - ideologia on siis illuusio, todellisuuden harhakuva, ei pelkkä väärä todellisuus. Žižekin ideologinen fantasia nojaa myös tähän käsitykseen, tosin se katsoo, että ideologia toimii ajattelemisen ohella tekemisen tasolla. (Žižek 2008b, 30).

Kriittisen analyysin jälkeen tarkastelen tulosten johtopäätöksiä keskittyen tutkimukseni antiin suhteessa laajempaan tutkimuskeskusteluun. Lopulta tarkastelen tutkimukseni jatkotutkimustarpeita ja -mahdollisuuksia.

5.1 Diskurssien kriittinen luenta

Vaurauden jakaminen: Big Techillä on valta jakaa taloudellista hyvinvointia ja vaurautta

Vaurauden jakamisen diskurssissa vastuullisuus konstruoidaan taloudelliseksi. Diskurssissa esitetään, että Big Technin asema Yhdysvaltain taloudellisena kärkitoimijana mahdollistaa paitsi muiden toimialojen myös koko kansantalouden kasvun. Yhtiöiden tuotteet ja palvelut tukevat yrityksiä ja ihmisiä arjessa, ja näin Big Tech jakaa vaurautta ja luo taloudellista hyvinvointia. Samalla puuttuminen yhtiöiden menestykselliseen toimintaan nähdään järjenvastaisena.

Vastuullisuuskurssi toimii olemassa olevan yhteiskunnallisen *status quon* toisintajana ja ylläpitäjänä. Sitä voidaan tarkastella yhtäältä kapitalistisen realismin (Fisher 2009, 2) ja toisaalta liiketoimintaontologian (Emt., 17) keinoin. Kapitalistinen realismi merkitsee vaihtoehdottomuutta ja yksiulotteisuutta: vallitseva tapa organisoida yhteiskunta nähdään ainoaksi mahdollisuudeksi. Liiketoimintaontologia puolestaan viittaa tapaan ymmärtää kaikki yhteiskunnalliset toiminnot ja ilmiöt liiketoiminnan kautta, liiketoiminnallisiin fundamentteihin, terminologiaan ja päämääriin nojaten. Laajemman vastuullisuuskeskustelun kannalta tämä ei sikäli ole uusi ilmiö - valtavirtainen yritysten yhteiskuntavastuun teoria (ja käytäntö) on pohjautunutkin ymmärrykseen siitä, että vastuullisuus on yhteydessä yritysten taloudelliseen tulokseen, ja että vastuullisuus on kilpailuetu (Kurucz ym. 2008, 88-89; Banerjee 2008, 60-61).

Vaurauden jakamisen diskurssissa vastuullisuus on ideologinen väline, jolla oikeutetaan valvontaan ja käyttäytymisdatan riistoon perustuvaa tuotantoprosessia ja rakennetaan ennennäkemätöntä instrumentaristista hallintamuotoa (ks. Zuboff 2019) nojaamalla siihen, että yhtiöt ovat taloudellisesti vastuullisia toimijoita, joiden ansioina on vuosikymmenten talouskasvu ("The -- tech giants often assert they are responsible for decades of U.S. economic gains"). Vastuullisuus on siis keino, ei päämäärä: Big Tech ei pyri vastuullisuuteen *asiantilana*.

Diskurssin ideologinen luonne on piilevä. Fisherin mukaan ideologia ei yleensääkään vaadi, että ihmiset uskovat siihen, vaan se näyttää toimivan jopa paremmin ilman alituista perustelua (Fisher 2009, 12-13): riittää, että osoitetaan, ettei vaihtoehtoja nykytilalle ole. Tämä vaihtoehdottomuus ilmenee esimerkiksi seuraavasta katkelmasta:

“It’s true that going after the ability to target ads would affect the revenue of companies like Facebook. But a much bigger cost would be that it would reduce the effectiveness of the ads and opportunities to grow,” he [Mark Zuckerberg] said. “This would reduce the opportunities for small businesses so much that it would probably be felt at a macroeconomic level. Now is that really what policymakers want in the middle of a pandemic and recession?” (LERM-30-07-20)

Kuten katkelmasta ilmenee, kohdennettuun mainontaan eli valvontakapitalistisen tuotannon kulmakiveen kajoaminen olisi, ironisesti, hyvin ei-vastuullista, erityisesti huomioiden pandemian ja globaalin taantuman. Valvontakapitalistinen tuotantoprosessi pelkistyy oivasti neutraaleiksi talousaiheisiksi termeiksi, kuten mainosten tehokkuus (“effectiveness of the ads”) ja kasvun mahdollisuudet (“opportunities to grow”).

Vaurauden jakamisen diskurssissa vastuullisuutta siis perustellaan liiketoimintaontologisesti talouden ja talouskasvun kautta. Tämän seurauksena Big Techin toiminnan piirteet tulevat esiin neutraalisti mainostulojen kartuttamisena (“drive -- ad revenue”), intellektuaalisena ja taloudellisena kansallisvarallisuutena (“intellectual and economic national asset”), ja datan aarrearkkuna (“treasure trove of data”). Nämä liiketoimintaontologiset luonnehdinnat paljastavat tavan, jolla diskurssi muokkaa käsitystämme Big Techin toiminnasta.

Vaurauden jakamisen vastuullisuusdiskurssin luoma ideologinen fantasia (ks. Žižek 2008) on siis tulkittavissa kriittisesti kapitalistisen realismin ja liiketoimintaontologian avulla. Diskurssin vastuullisuus on valvontakapitalistisen liiketoiminnan realiteetteihin pohjautuva ideologinen väline, joka pyrkii vakuuttamaan vastaanottajan päinvastaisesta: että liiketoiminta pohjautuu vastuullisuuteen, ei taloudelliseen tuottoon - ja ennen kaikkea, liiketoiminnan on jatkuttava sellaisenaan, jotta negatiivisilta taloudellisilta vaikutuksilta vältytään. Näyttää siltä, mihin liiketoiminta todellisuudessa pohjautuu, kuitenkin on. Samaan aikaan, kun globaalin pandemian johdosta osa ihmisistä menetti työpaikkansa, osa jopa henkensä, Big Tech-yhtiöt tekivät ennätysvoitot: yhteensä 38 miljardia dollaria pelkästään vuoden 2020 kolmannella neljänneksellä (Molla 2020). Ideologinen fantasia peittää siis *vaurauden epätasa-arvoisen jakautumisen*, joka koostuu kapitalismin toimintoja sanelevasta kasvufetisististä (Fisher 2009, 19) ja käyttäytymisen lisäarvon anastamisesta voiton tekemiseksi (Zuboff 2019, 93-94).

Välittäminen: Big Tech valvoo käyttäjän intressien toteutumista

Välittämisen diskurssi konstruoi vastuullisuuskäsitystä, jossa Big Tech välittää sen tuotteiden ja palvelujen käyttäjien edusta. Vastuullisuus konstruoituu sosiaaliseksi: yhtiöt ovat vastuullisia huolehtiessaan käyttäjistä. Välittämisen diskurssin vastuullisuuskäsitys pohjautuu kuitenkin sisäisiin ristiriitoihin ja epäjohtonmukaisuuksiin, joiden tarkastelemisen kautta voi päästä käsiksi valvontakapitalismin piilotettuun toimintalogiikkaan.

Ensimmäinen ristiriitaisuuksista koskee välittämistä itseään. Diskurssissa Big Tech osoittaa välittävänsä käyttäjistään kertomalla, että se puuttuu aggressiivisemmin alustojen sisältöön ja palkkaa lisää työntekijöitä haitallisen sisällön seulomiseksi. Tätä perustellaan käyttäjän edulla ja sillä, etteivät yritykset itsekään halua haitallista sisältöä alustoilleen. Lisäksi käyttäjien kerrotaan vaativan alustoilta vastuullisuutta haitallisen sisällön suhteen. Nämä ilmenevät seuraavista esimerkeistä:

“People want to know that companies are taking responsibility for combating harmful content -- on their platforms. They want to know that when platforms remove content, they are doing so fairly and transparently. And they want to make sure that platforms are held accountable,” Zuckerberg’s testimony reads. (GUYN-27-10-20)

[Zuckerberg:] “We do not profit from misinformation or hate. We do not want this content on our platforms.” (LERM-30-07-20)

Haitallisen sisällön poistaminen on sekä edellisen perusteella, että myös laajemmin, kaikkien intresseissä. Miten se sitten voi yhä olla yksi alustojen keskeisimmistä ongelmista (esim. Payne & Bradshaw 2020), erityisesti, kun yrityksillä on tiedettävästi aina ollut valmiudet ”poistaa kaikki valeuutiset” ja haitallinen sisältö (Nunez 2016)? Vastaukseksi voi tarjota sekä instrumentaristisen hallintakoneiston, *Big Otherin*, toimintaperiaatetta, radikaalia välinpitämättömyyttä, että halua välttää sääntely. Sisällönmooderoinnissa ja esimerkiksi vihapuheen kitkemisessä on Zuboffin mukaan kyse ainoastaan tasapainon löytämisestä sen välillä, mitkä toimet edistävät käyttäjien tuloa alustoille, ja mitkä toimet karkottavat käyttäjiä - valheellisen tiedon tai haitallisen sisällön poistaminen ei ole prioriteetti (Zuboff 2019, 509), eivätkä yhtiöt ole aidosti kiinnostuneita haitallisen sisällön torjumisesta vaan lisäarvon tuottamisesta. Alustojen sisällön kontrolloiminen onkin keino osoittaa suurelle yleisölle ja viranomaisille, että ne välittävät käyttäjistä, ja samalla estää mahdollinen laajempi sääntely.

Toinen ristiriita ilmenee yhteistyöhalukkuudessa. Diskurssissa Big Techä konstruoidaan välittävänä toimijana, joka toivoo viranomaisten aktiivisempaa roolia ja tukea haitallisen sisällön, yksityisyyden ja vaalien turvallisuuden suhteen ("companies shouldn't be making so many judgments about important issues like harmful content, privacy and election integrity on their own"; "scrutiny -- improves -- products and the policies that govern them"). Näin syntyy vaikutelma, jossa Big Tech on vastavuoroinen ja avoin toimija. Tällainen näennäisen avoin suhtautuminen selvityksille ja viranomaisten tarkastelulle noudattaa Zuboffin valvontakapitalismin laajenemista kuvaavan *hallintaoikeuden riistämisen kehän* kolmatta vaihetta, *mukautumista*. Siinä yhtiöt esiintyvät yhteistyökykyisinä ja muokkaavat toimiaan oikeusjuttujen takia juuri sen verran, että oikeuslaitokset, valtion viranomaiset ja kansalaiset ovat tyytyväisiä. Vaikka oikeusjuttujen taloudellisina seurauksina voi olla miljoonien menetykset, yhtiöt maksavat nämä mielellään, jotta ne voivat jatkaa ydinliiketoimintaan (Zuboff 2019, 137, 147) - ja välttää laaja-alaisemman sääntelyn.

Diskurssin vastuullisuuskäsityksessä välittäminen on siis yhtäältä sääntelyn välttelyä - ja toisaalta pakkomielleisyyttä käyttäjään ("customer obsession has made us what we are, and allowed us to do ever greater things"). Lisäksi se on näennäistä yhteistyöhalukkuutta, joka tuodaan strategisesti esille silloin, kuin siitä on itselle suurinta etua. Nämä havainnot heijastelevat myös Banerjeen (ks. 2007) kriittisiä huomioita yhteiskuntavastuusta. Ensimmäiseksi, sidosryhmäkeskeiset käytännöt - jotka ilmenevät esimerkiksi yritysten "kuullessa" ja "käydessä dialogia" kuluttajien, yhteisöjen ja yhteiskunnan kanssa - tapahtuvat hyvin epätasa-arvoisten ehtojen ja valtatilanteiden alaisena. (Banerjee 2007, 146). Yli 5 biljoonan dollarin arvoisella Big Techillä on pääomansa, lobbausvoimansa, datansa ja verkottuneisuutensa ansiosta ylivoimaiset lähtökohdat lähestyä tilanteita, joissa määritellään sitä, mikä on käyttäjille parasta.

Toiseksi, vastuullisuusdiskurssit ovat yritystoimintaa määrittelevän rationaliteetin alaisia, eli jokin on vastuullista vain, jos se on yritykselle kannattavaa - toisin sanoen voidaan katsoa, että yritykset *tuottavat* vastuullisuuden tapauskohtaisesti (Banerjee 2007, 146). Big Techn tapauksessa valvontakapitalististen toimintojen ylläpitäminen ja laajentaminen ovat siis lopulta vastuullisuuden taustalla. Toiminnot, jotka pyrkivät tähän, piilotetaan ja verhotaan välittämiseksi. Valta-asemallaan Big Tech voi määrittää sen, mitä vastuullisuus on, jolloin vastuullisuus palautuu jälleen liiketoiminnan keinoksi, ei päämääräksi. Välittämisen diskurssin ideologinen fantasia peittää todellisuuden, jossa valvontakapitalismi on

välineellistänyt (Zuboff 2019, 352) käyttäjät, ja jossa käyttäjät ovat pelkkiä hienosäädettäviä datalähteitä, välineitä taloudelliseen tuottoon.

Arvojohtajuus: Big Tech edistää vastuullisia arvoja

Arvojohtajuuden diskurssissa vastuullisuus konstruoituu liberaaleille ja amerikkalaisille arvoille, siis kansalliseksi. Diskurssin vastuullisuuskäsitys on siis täysin riippuvainen vallitsevasta liberalistisesta ja Amerikka-keskeisestä maailmankatsomuksesta. Tähän kytkentään liittyy ongelmallisuuksia: liberaalien ja amerikkalaisten arvojen sisältöä, niihin sisältyviä historiallisia prosesseja ja laajempia yhteiskunnallisia merkityksiä ei diskurssissa ja vastuullisuuskäsityksessä niin ikään tarkastella, vaan arvot ymmärretään nimellisinä itsestäänselvyyksinä, kyseenalaistamattomina totuuksina.

Horkheimer ja Adorno kirjoittavat, että valistus on ”niin totalitaarinen kuin järjestelmä vain voi olla” (Horkheimer & Adorno 2008, 46). Horkheimerin mukaan valistuksen liberaalit arvot ovat kapitalismin välineellisen järjen myötä redusoituneet sisältä ontoiksi arvojäänteiksi, pelkiksi ilmaan katoaviksi saippuakupliksi (Horkheimer 2008, 43-45). Koska välineellinen järki on riistänyt näiden arvojen sisällön ja tehnyt niistä pelkkiä työkaluja päämäärien saavuttamiseksi ja *status quon* ylläpitämiseksi, on näihin arvoihin perustuva vastuullisuuskin kyseenalaistettava.

Liberaaleja arvoja (laajemmin liberalismia) on käytetty länsimaisessa maailmanhistoriassa oikeuttamaan mitä erilaisempia alistavia prosesseja, kuten imperialismia, siirtomaiden perustamista ja siirtomaavaltaa eli kolonialismia (ks. esim. Wallerstein 1995; Purokuru & Lahtinen 2020), mutta myös viimeaikaisempia konflikteja, kuten terrorisminvastaista sotaa (ks. esim. Dunne 2009). Näiden seuraukset, kuten globaalit valtahierarkiat, näkyvät tänäkin päivänä. Diskurssin ymmärrys liberaaleista (amerikkalaisista) arvoista historiattomina, neutraaleina ja luontaisesti ylivertaisina (esimerkiksi kiinalaisiin arvoihin nähden), on täten sopimaton ja ristiriitainen myös liberaalien arvojen itselleen asettamien ihanteiden kannalta. Tätä neutralisoivaa prosessia voi luonnehtia *depolitisointina* (ks. Barthold 2013): diskurssissa vastuullisuutta koskevat arvot eivät ole poliittisia vaan kylmän objektiivisia, liiketoiminnallisia. Arvot on siis irrotettu niiden historiallisesta kontekstista.

Diskurssin liberalistinen vastuullisuuskäsitys, joka rakentuu demokratian ja vapauden pohjalle, osoittautuu laajemminkin epäjohdonmukaiseksi. Diskurssi pyrkii vakuuttamaan vastaanottajansa siitä, että koska yhtiöt uskovat ja pohjaavat toimintansa demokratiaan (“We

believe in -- democracy”; ”grounded in the American values of democratic expression”) ja vapauteen (”stood for free expression”; “American innovators are an essential part of -- individual freedoms”), ne ovat nyt ja aina olleet vastuullisia. Kriittinen tarkastelu paljastaa kuitenkin, että Big Tech ei ole täyttänyt näiden arvojen sisältämiä odotuksia.

Zuboff kuvailee valvontakapitalismia jo itsessään antidemokraattiseksi yhteiskunnalliseksi voimaksi (Zuboff 2019, 513). Googlen silloinen toimitusjohtaja Eric Schmidt luonnehti vuonna 2011 demokratiaa ja demokraattisia instituutioita haitallisina teknologiayritysten tarpeille ja kehitykselle (Emt., 104-105), ja Cambridge Analytican skandaali puolestaan paljasti Facebookin toiminnan vaikutukset demokratialle (Emt., 280; Cadwalladr 2018). Tämän ohella on kuvaavaa, että Big Tech käytti vuoden 2020 ensimmäisellä puolikkaalla lähes 30 miljoonaa dollaria lobbaamiseen (Schwartz 2020). Yksityisyriyten rajoittamattoman lobbauksen voidaan katsoa murentavan demokraattisia periaatteita (ks. esim. Ron & Singer 2019), jos poliittiset päätökset muuttuvat markkinoilla ostettavaksi tavaraksi.

Demokratian ohella Big Techin käytäntöjen suhde vapauteen on paradoksaalinen. Zuboffin mukaan yhtiöiden peräänkuuluttama vapaus on illuusio, joka saadaan aikaiseksi esimerkiksi valinta-arkkitehtuurilla, eli tilanteiden räätälöimisellä etukäteen siten, että ne kanavoivat ja muovaavat käyttäytymistä (Zuboff 2019, 293). Amazon ja Apple ovat sovellus- ja verkkokaupoissaan räätälöineet kulutustilanteita sijoittamalla toistuvasti omat tuotteensa listausten kärkipaikoille (Ghaffary & Del Rey 2020), jolloin on vaikea nähdä perustetta väitteelle, että yhtiöt edistävät käyttäjien vapautta valita (”People have multiple choices for every one of the services we provide”; “Google's services -- create more choice for consumers --”).

Digitaalisessa taloudessa toimintaa perustellaan vapaudella laajemminkin. Big Techin globaalit verrokkit vetoavat samalla tavalla vapauteen ja vastuuttavat yksityisyyden käyttäjän huolenaiheeksi (ks. Shahin & Zheng 2018). Tätä voidaan pitää ”parhaimmillaan naiivina, pahimmillaan harhautuksena” (Emt., 12). Valvontakapitalistit vaativatkin järkähtämättömästi ”vapautta kehittää uusia liiketoimia” ja samaan aikaan aggressiivisesti ”vapautta rajoituksista ja sääntelystä” (Zuboff 2019, 495).

Liberaalien arvojen ohella diskurssissa korostuu amerikkalaisen erityislaatuisuuden ideologinen voima. Se on niin läpäisevä, että Big Techin toimintaa kohtaan osoitettu

kritiikkikään ei pääse irrottautumaan sen viitekehyksestä, kuten käy ilmi seuraavasta esimerkistä:

“We all think the free market is great. We think competition is great. We love the fact that these are American companies,” said Rep. Jim Jordan --. “But what’s not great is censoring people --” (ROMM-29-07-20.)

Esimerkissä *kaikki me* sitoudumme Big Techn edustamiin, *amerikkalaisiin* arvoihin. Vastuullisuus on täten vastakkainasettelulle rakentuvaa toiseuttamista (“They -- portrayed their companies as embodying American entrepreneurship”; “China is building its own version of the internet focused on very different ideas”), jonka funktiona on lujittaa käsitystä Big Techistä vastuullisena amerikkalaisena arvojohtajana. Vastuullisuus on siis valjastettu globaaliksi kilpailueduksi.

Kriittisellä analyysillä diskurssin vastuullisuus on johdettavissa yhteiskunnan materiaalisiin olosuhteisiin - eli valvontakapitalistiseen tuotantoon, jossa yksityiset yritykset kilpailevat siitä, kuka ekstrahoi tehokkaimmin lisäarvoa käyttäjistä. Näin ollen vastuullisuus palautuu jälleen liiketoiminnan keinoksi, ei päämääräksi. Arvojohtajuuden diskurssin konstruoima ideologinen fantasia verhoaa siten sen, että esitettyihin arvoihin rakentuva maailmankatsomus on *alistava* (Horkheimer 2008, 31-32).

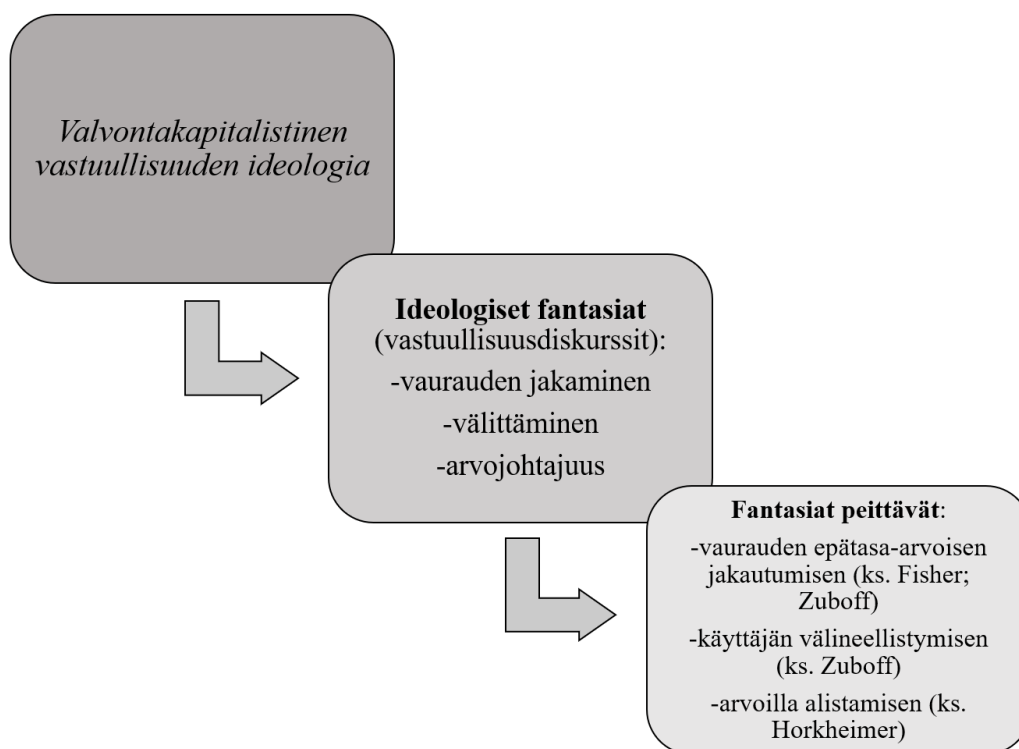
5.2 Vastuullisuusdiskursseista vastuullisuuden ideologiaan: kriittisen analyysin yhteenveto

Tunnistamani kolme diskurssia kontribuoivat siihen, millaiseksi Big Tech-yhtiöiden vastuullisuus lopulta rakentuu. Diskursseja voidaan luonnehtia kuitenkin myös ideologisin termein: diskurssit ideologisen kokonaisuutena, ja kolmena ideologisen osakokonaisuutena. Kokonaisuutta kutsun *valvontakapitalistiseksi vastuullisuuden ideologiaksi*. Se on rakennelma, joka vastuullisuuteen vetoamalla hämärtää valvontakapitalistisen toimintalogiikan ja luo jatkuvuutta valvontakapitalistiselle tuotannolle. Osakokonaisuuksia puolestaan luonnehdin Žižekin (2008b) termein ideologisina fantasioina.

Ideologisten fantasioiden funktiona on obfuskaatio (Felluga 2015, 146) eli tarkoituksellinen hämärtäminen. Ne toisintavat ja uudistavat vallitsevaa hegemonista järjestystä, eli valvontakapitalistisia tuotantosuheteita: koneellisia prosesseja, tekniikoita ja keinoja yksilöiden ja sitä suurempien ryhmien käyttäytymisen muovaamiseen tavoilla, joiden

tarkkuus lähenee jatkuvasti miltei absoluuttista varmuutta (Zuboff 2019, 338). Diskurssit ovat siis illuusioita, jotka saavat käyttäjät toimimaan niiden mukaisesti, vaikka he tietäisivät paremmin. (Žižek 2008b, 30.)

Nämä kolme ideologista fantasiaa voidaan tiivistetysti kuvailla seuraavasti (ks. kuva 7, alla): vaurauden epätasa-arvoinen jakautuminen hämärtyy *vaurauden jakamiseksi*; valvontakapitalistisen tuotantoprosessin välineellistämä käyttäjä hämärtyy *välittämisen* kohteeksi; ja liberaaleihin arvoihin pohjautuva alistaminen hämärtyy *arvojohtajuudeksi*.



Kuva 7 Valvontakapitalistisen vastuullisuuden ideologian muodostuminen.

Analyysini lopputulemana tarkastelen näiden ideologisten fantasioiden seurauksena syntyneitä jännitteitä, joita esiintyy kautta aineiston. Nämä jännitteet voi tulkita johtuvan ideologian loogisesti ristiriitaisesta perusluonteesta (ks. Felluga 2015, 146; Eagleton 1991, 6), joka tulee näkyväksi kriittisellä luennalla ja analyysillä.

Vaurauden jakamisen ja vaurauden epätasa-arvoisen jakautumisen välinen jännite näyttäytyy esimerkiksi siinä, kuinka Big Tech-yhtiöt yhtäältä esiintyvät vastuullisina kuluttajabrändeinä ja taloudellisten mahdollisuuksien luojina ("Amazon described itself as one of the most popular consumer brands, where consumers can get their goods quickly and

cheaply“; ”Google said its tools made it possible for people to find information and businesses worldwide to grow”) ja toisaalta kasaavat yhä enemmän pääomaa globaalin pandemian, taloudellisen taantuman ja kilpailunvastaisten selvitysten keskellä (”The tech giants -- reported strong financial results --. It shows, again, just how bulletproof the companies have become -- even amid a global pandemic, an economic decline and antitrust probes”).

Välittämisen ja välineellistämisen ristiriita puolestaan tulee ilmi siinä, kuinka Big Tech toistaa välittävänsä käyttäjistä (”Google is good for users”; ”protecting the privacy and security of consumers was the reason for expelling -- apps”; ”take swifter, more aggressive action to ensure users aren’t harmed”), mutta toisaalta tuntuu käsittävän käyttäjät välineinä, pakkomielteen (”customer obsession has made us what we are, and allowed us to do ever greater things”) ja holhoavan puheen (”I understand that people have concerns about the size and perceived power that tech companies have”) kohteina, joilla on pelkkää taloudellista arvoa.

Lopulta, arvojohtajuuden ja arvoilla alistamisen välinen ristiriita kytkeytyy siihen, kuinka Big Technin toiminnan esitetään perustuvan vastuullisiin arvoihin (”Facebook’s success has been grounded in the American values of democratic expression and competition”; ”Tech companies deny any partisanship”; ”their policies strike a balance between allowing users to freely express themselves and keeping hate -- off their platforms”), mutta nämä arvot näyttävät pohjimmiltaan olevan kilpailuetu, osa kansallista hegemoniaa taistelussa digitaalisen talouden yksinvaltiudesta ja siitä, kenellä on tiukin ote käyttäjästä (”[Big Tech CEO’s] took the witness stand to -- defend their businesses -- as success stories, made possible only through American ingenuity and the sustained support of their ever-growing customer bases“; ”Facebook said it had stood for free expression -- against a rising tide of international censorship”; ”There’s no guarantee our values will win out”; ”China is building its -- internet focused on very different ideas”) - sen sijasta että, ne olisivat arvoja itsessään.

Tutkielman alussa esitin olettan, että vastuullisuusdiskursseilla on myös kätketty ideologinen funktio. Väitän tulosteni pohjalta, että tämä ideologinen funktio ilmenee siinä, kuinka alistumme käyttäytymisdatan riistämiseksi, vaikka olisimmekin tietoisia niistä materiaalisista olosuhteista, jotka tämä ideologia peittää alleen. Valvontakapitalistinen vastuullisuuden ideologia saa meidät toteamaan ”eihän minulla ole mitään salattavaa”, tai ”yksityisyysasetusten säätäminen kuulostaa vaikealta”, tai ”en voi poistaa tiliäni, kaikki

ystäväni ovat siellä”. Mikäli jatkamme näin, teknologiayhtiöt tulevat jatkossakin tulkitsemaan, että niillä on meidän hyväksyntämme.

Mitä valvontakapitalismille sekä välineeksi ja kilpailueduksi typistetylle vastuullisuudelle sitten tulisi tehdä? Zuboff luottaa demokratiaan ja siihen, että ihmiset voivat muuttaa valvontakapitalismin vastuullisemmaksi ja inklusiivisemmaksi digitaaliseksi kapitalismiksi (Zuboff 2019, 519, 524). Žižek puolestaan on pessimistisempi: vuoden 2007-2008 finanssikriisi toimi osoituksena ”vastuullisen kapitalismin” todellisesta ideologisesta luonteesta (Žižek 2009, 35, 37), eikä vastuullisuus ole näin tae paremmasta huomisesta. Zuboffin tuodessa esiin, että demokratia on aiemminkin historiassa onnistunut vallanjanoisten teollisuusyhtiöiden suitsemisessa (2019, 524), Žižek kääntyy Frankfurtin koulukunnan Walter Benjaminin puoleen ehdottaessaan, että koko *historian juna*, eli kehitys sellaisena kuin sen tunnemme, on pysäytettävä (Žižek 2009, 149). Sekä Zuboff että Žižek olisivat kuitenkin yhtä mieltä siitä, että *jotain* on tehtävä - oli kyse sitten demokraattisesta vaikuttamisesta tai systeemisestä muutoksesta.

5.3 Anti kriittiselle organisaatiotutkimukselle

Tutkimukseni kontribuoi sekä kriittiseen yhteiskuntavastuun tutkimukseen ja organisaatiotutkimukseen, että kriittiseen digitalisaatiota koskevaan tutkimukseen. Ensiksi mainittu on jo muodostanut oman traditionsa, mutta erityisesti digitalisaatiota ja digitaalisia teknologioita koskeva kriittinen tutkimus on toistaiseksi ollut vähäistä. (ks. Trittin-Ulbrich ym. 2020.) Tämä siitä huolimatta, että digitaalisen teknologian kehitys ja käyttöönotto on viime vuosina ollut yhä nopeampaa ja uhkaa kiihtyä niin voimakkaasti, että yhteiskunnalliset instituutiot jäävät sen jalkoihin (Zuboff 2019, 7).

Tämä tutkimus tarjoaa uutuusarvoa parhaillaan kehkeytyvään, kriittiseen digitalisaatiota koskevaan tutkimukseen kolmella tavalla. Ensiksi, tutkimukseni heijastelee mahdollisuuksia yhdistää digitalisaation kritiikki sekä yritysten yhteiskuntavastuun tutkimukseen että ideologiaa koskevaan kriittiseen tutkimusperinteeseen. Tätä koskien huomautan, että (näennäisen) kriittistä tutkimusta yritysten yhteiskuntavastuusta on jo olemassa: esimerkiksi yritysten vastuullisuuskampanjoita on tyyliuuntaa edustavissa tutkimuksissa arvosteltu imagon kiillotuksena ja maineenparantamisena. Vaikka siitä olisikin todellisuudessa kyse, vastuullisuuskampanjoita tulee tarkastella myös laajemmin, kuin *pelkkänä* imagon kiillotuksena ja maineenparantamisena. Siinä missä kaikki kriittinen tutkimus on

tarpeellista, olen kuitenkin samaa mieltä Cederströmin ja Marinetton (2013, 416-417) kanssa heidän esittäessä, että koska edellä mainitun kaltainen tutkimus ei huomioi ideologiaa ja materiaalisia olosuhteita, se ei ole riittävän kriittistä.

Toiseksi, ensimmäisessä kohdassa esittämäni niin kutsuttua vastuullisuuden ideologian kritiikkiä on mahdollista ulottaa paitsi kriittiseen digitalisaatiota koskevaan tutkimukseen myös laajemmin teknologiaa koskevaan tutkimukseen. Kun puhutaan vastuullisuudesta, puhutaan usein myös joistakin teknologisista muutoksista ja teknologian aikaansaamista parannuksista yhteiskunnallisiin käytäntöihin - esimerkistä käyvät ympäristöystävälliset tuotantomenetelmät tai jakamis- ja alustatalous. Myös näitä käytäntöjä olisi suotavaa tarkastella pintaa syvemältä ja tutkia esimerkiksi vastuullisuuden ideologian näkökulmasta. Millaista vastuullisuuspuhetta tällaiset käytännöt tuottavat? Miten vastuullisuuspuhe suhteutuu kriittiseen yhteiskunnalliseen todellisuuteen? Voivatko ne aikaansaada lupaamaansa yhteiskunnallista muutosta?

Kolmanneksi, tutkimukseni tarjoaa uutuusarvoa myös vastuullisuuteen kohdistuvan immanentin kritiikin muodossa. Immanentti kritiikki, jota voidaan pitää kriittisen teorian metodin kannalta keskeisimpänä osa-alueena, on sinänsä perinteikäs tutkimuksellinen pyrkimys kriittisten tutkijoiden keskuudessa. Sen sijaan yritysten yhteiskuntavastuuta ja vastuullisuutta koskevaa immanenttia kritiikkiä on suhteessa kirjoitettu vain vähän. Suomessa jonkinasteisia yhtymäkohtia immanenttiin kritiikkiin löytyy esimerkiksi niin kutsutusta degrowth-liikkeestä (ks. esim. Järvensivu 2010), joka pyrkii vastustamaan erilaisia hegemonisia tapoja ajatella taloutta ja talouskasvua. Vastuullisuus on kuitenkin lähtökohtaisesti vaikuttanut pysyneen immanentin kritiikin ulkopuolella.

Kehkeytyvää kriittistä digitalisaatiota koskevaa tutkimusta esitelleet Trittin-Ulbrich ym. antavat kaksi perustelua kriittiselle digitalisaation tutkimukselle. Ensimmäiseksi, digitalisaatio on ubiikkia, eli se on läsnä kaikkialla. Tästä aiheutuu se, että voi olla haastavaa löytää sellaisia toimintoja, joihin digitalisaatio ei ulotu. Jos digitalisaatiota kuitenkin pidetään yleisenä teknologisena kehityksenä, joka vaikuttaa kaikissa tilanteissa myönteisesti esimerkiksi tehokkuuteen, tarkkuuteen ja toimintatapoihin, on vaarana, että sen mahdolliset negatiiviset vaikutukset ylenkatsotaan. (Trittin-Ulbrich ym. 2020, 3, 4.)

Toiseksi, digitalisaatiossa korostuu samanaikaisuus. Käytännössä digitaaliset teknologiat mahdollistavat datan, mutta myös sosiaalisen ja taloudellisen vuorovaikutuksen reaaliaikaisen keräämisen, analysoimisen ja manipuloimisen. Tämä keräämisen ja

analysoinnin prosessi ei siis enää ole kustannuksia ja työtä aiheuttava erillinen toiminto, vaan automaattinen prosessi. Näillä prosesseilla voi olla hyödyllisiä sovelluskohteita, mutta aivan hyvin ne voivat johtaa myös joihinkin muihin käyttötarkoituksiin (Trittin-Ulbrich ym. 2020, 4).

Ennen kaikkea, digitalisaatio vaikuttaa lisänsen niin kutsutun *ilmaisen työvoiman* käyttöä, prekarisaatiota, sosiaalisen median riippuvuuksien syntymistä sekä algoritmien syrjivyyttä (Trittin-Ulbrich ym. 2020, 7, 8). Digitaaliset teknologiat vaikuttavat siis toisintavan ja vahvistavan olemassa olevia yhteiskunnallisia ja organisatorisia epäkohtia (Emt., 9).

Digitalisaatiota tulisikin mystifioivan ihailun sijasta pyrkiä tarkastelemaan yhteiskunnan eri tasot läpäisevänä kehityskulkuna, jolla voi olla progressiivinen tai taantumuksellinen suunta (Trittin-Ulbrich ym. 2020). Tässä tutkimuksessa olen yhdistellyt valvontakapitalismin teoretisointia, kriittistä yhteiskuntavastuun tutkimusta ja kriittistä teoriaa sekä tuloksillani osoittanut, että tämän hetkinen yhteiskunnallinen kehitys näyttäisi viitoittavan ei-niin-ruusuista tulevaisuudenkuvaa. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, etteikö kehityskulku olisi muutettavissa - diskurssien ja ideologian peruspiirteisiin kuuluu, että ne eivät ole paikalleen lukittuja, absoluuttisia totuuksia. Ennen kaikkea tarvitaan siis uudenlaisia tapoja ymmärtää vastuullisuus, ja tehdä vastuullisuudesta asiantila.

5.4 Jatkotutkimusaiheet

Jatkotutkimusta aihepiiriin liittyen voi pitää erittäin suotavana jo yksin siitä syystä, että tutkimukseni tulokset rakentuvat vain yhteen aineistokokonaisuuteen ja yhteen rajalliseen näkökulmaan. Valvontakapitalismin tutkimus ei muiden tutkimuksessani esiteltyjen tutkimuskeskustelujen tavoin pidä toistaiseksi sisällään rikasta tutkimustraditiota, sillä se on yksi käsitteellistys paraikaa kehkeytyvän taloudellisen liikehdinnän kuvaamiseksi. Katsonkin, että tutkimusta erityisesti valvontakapitalismiin liittyen olisi hyvä laajentaa.

Oma tutkimukseni on tarkastellut valvontakapitalistisia Big Tech-yhtiöitä yhdestä perspektiivistä, yritysten yhteiskuntavastuun ja kriittisen tutkimusperinteen rajapinnasta. Lisätutkimusta valvontakapitalismista voisi olla hedelmällistä tuottaa myös vastuullisuuskeskustelun ulkopuolelta, esimerkiksi tiede- ja teknologiatutkimuksen (*Science and Technology Studies, STS*) tai kriittisen teknologiateorian (*Critical Theory of Technology*) näkökulmasta. Tällaisella asetelmalla voisi kytkeytyä laajemmin myös digitalisaatiokritiikkiin.

Katson, että Big Tech-yhtiöt tarjoavat hyvän lähtökohdan jatkotutkimuksille. Tämä siksi, että ne edustavat digitaalisen talouden kehityksellistä aallonharjaa, jolloin ne ovat avainasemassa myös määrittelemässä sitä, mitä vastuullisuus on, tai millaisia vastuullisuuskäytännöt ovat. Tästä huolimatta myös muiden suurten teknologiayhtiöiden vastuullisuuden tarkastelu saattaisi tuottaa tärkeitä tuloksia.

Myös aineistoni on ollut rajallinen. Big Tech-yhtiöiden vastuullisuutta olisikin merkityksellistä tutkia laajemman aineiston turvin, ja esimerkiksi eri näkökulmista. Laajemmin teknologiajätettä koskevaa vastuullisuutta voisi tutkia esimerkiksi sikäli samasta perspektiivistä, Big Technin kilpailunvastaisten toimien selvityksestä, mutta nojaten esimerkiksi multimodaaliseen video-, kuva- ja tekstiaineistoon.

Yhteiskuntavastuuta voi pitää tutkimuksen kannalta edelleen ajankohtaisena ilmiönä. Suomalaisen yhteiskuntavastuuverkosto FIBS ry:n Yritysvastuu 2019 -raportin mukaan vastuullisuutta koskevat painotukset ovat yleistyneet yritystoiminnassa viime vuosina (FIBS ry 2019). Tämä voi tarkoittaa kahta asiaa: yritykset ovat muuttamassa toimintaansa vastuullisemmaksi, tai sitten kyse on vain siitä, että vastuullisuus on yleistynyt kauppatavarana (Hanlon 2008). Joka tapauksessa pidän todennäköisenä, että kriittisen tutkimustyön tarve ei tule katoamaan.

Lähdeluettelo

Aho, B. & Duffield, R. (2020). Beyond surveillance capitalism: Privacy, regulation and big data in Europe and China. *Economy and Society*, 187-212. doi.org/10.1080/03085147.2019.1690275

Allsides (2020a). USA Today. Haettu 28.12.2020 (<https://www.allsides.com/news-source/usa-today-media-bias>).

Allsides (2020b). The Washington Post. Haettu 28.12.2020 (<https://www.allsides.com/news-source/washington-post-media-bias>).

Althusser, L. (2001). Lenin and Philosophy and Other Essays. New York. Monthly Review Press.

Andrew, J. & Baker, M. (2019). The General Data Protection Regulation in the Age of Surveillance Capitalism. *Journal of Business Ethics*, 1-14. doi.org/10.1007/s10551-019-04239-z.

Antonio, R. J. (1981). Immanent Critique as the Core of Critical Theory: Its Origins and Developments in Hegel, Marx and Contemporary Thought. *The British Journal of Sociology*, 32(3), 330-345.

Armstrong, M. (2020). The Age of the Tech Giants. *Statista*. Haettu 9.1.2021 (<https://www.statista.com/chart/22677/the-age-of-the-tech-giants/>).

Banerjee, S. B (2007). Corporate social responsibility: the good, the bad and the ugly. Cheltenham. Edward Elgar Publishing Limited.

Banerjee, S. B. (2008). Corporate Social Responsibility: The Good, the Bad and the Ugly. *Critical Sociology*, 34(1), 51-79. doi.org/10.1177/0896920507084623.

Barthold, C. (2013). Corporate social responsibility, collaboration and depoliticization. *Business Ethics: A European Review*. 22(4). doi: 10.1111/beer.12031.

Bell, E., Meriläinen, S., Taylor, S. & Tienari, J. (2019). Time's up! Feminist theory and activism meets organization studies. *human relations*, 72(1), 4-22. doi.org/10.1177/0018726718790067.

Bohman, J. (2005). Critical Theory. The Stanford Encyclopedia of Philosophy. <https://plato.stanford.edu/archives/spr2005/entries/critical-theory/>. Viitattu 20.10.2020.

Bronner, S. E. (2011). Critical Theory: A Very Short Introduction. Oxford. Oxford University Press.

Cadwalladr, C. (2018) 'I made Steve Bannon's psychological warfare tool': meet the data whistleblower. The Guardian. Haettu 9.1.2021(<https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/data-war-whistleblower-christopher-wylie-facebook-nix-bannon-trump>).

Ceaser, J. W. (2012). The Origins and Character of American Exceptionalism. *American Political Thought*, 1:1, 3-28.

Cederström, C. & Marinetto, M. (2013). Corporate social responsibility á la the liberal communist. *Organization*, 20(3), 416-432. doi.org/10.1177/1350508413478311.

Chandler, D. & Fuchs, C. (2019). *Digital Objects, Digital Subjects: Interdisciplinary Perspectives on Capitalism, Labour and Politics in the Age of Big Data*. London. University of Westminster Press.

Cision (2019) Top 10 U.S. Daily Newspapers. *Cision Media Research*. Haettu 28.12.2020 (<https://web.archive.org/web/20190722203322/https://www.cision.com/us/2019/01/top-ten-us-daily-newspapers/>).

Costas, J. & Kärreman, D. (2013). Conscience as control – managing employees through CSR. *Organization*, 20(3), 394-415. doi.org/10.1177/1350508413478584.

Crane, A., McWilliams, A., Matten, D., Moon, J., & Siegel, D. (2008). The Corporate Social Responsibility Agenda. Teoksessa A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon & D. Siegel (toim.) *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. (3-18). New York. Oxford University Press.

Crogan, P. & Kinsley S. (2012). Paying attention: towards a critique of the attention economy. *Culture Machine*, 13, 1-29.

Daly, K. (2020). Big Tech's power, in 4 numbers. *Axios*. Haettu 5.1.2021 (<https://www.axios.com/big-techs-power-in-4-numbers-de8a5bc3-65b6-4064-a7cb-3466c68b2ea0.html>).

Dara, R. (2019). The dark side of Alexa, Siri and other personal digital assistants. *The Conversation*. Haettu 5.1.2021 (<https://theconversation.com/the-dark-side-of-alexa-siri-and-other-personal-digital-assistants-126277>).

Deudney, D., & Meiser, J. (2008). American exceptionalism. *US Foreign Policy*, 24-42.

Devinney, T. (2009). Is the Socially Responsible Corporation a Myth? The Good, Bad and Ugly of Corporate Social Responsibility. *Academy of Management Perspectives*, 1-25.

Dunne, T. (2009) Liberalism, International Terrorism, and Democratic Wars. *International Relations*. 23(1), 107-114. doi:10.1177/0047117808104156.

Eagleton, T. (1991). *Ideology. An Introduction*. London. Verso.

Elias, J. (2019). Google contractor reportedly tricked homeless people into face scans. *CNBC News*. Haettu 7.1.2021 (<https://www.cnn.com/2019/10/03/google-contractor-reportedly-tricked-homeless-people-into-face-scans.html#close>).

Euroopan komissio (2020). Euroopan digitaalista tulevaisuutta rakentamassa. *Euroopan komission verkkosivu*. Haettu 3.1.2021 (https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/shaping-europe-digital-future_fi).

Fairclough, N. (1993). *Discourse and Social Change*. Cambridge. Polity Press.

Fairclough, N. (1995a). *Critical discourse analysis: the critical study of language*. London. Longman Group.

Fairclough, N. (1995b). *Media discourse*. London. Arnold.

Fairclough, N. (2001). *Language and Power*. Oxon. Routledge.

Fairclough, N. (2003). *Analyzing discourse. Textual analysis for social research*. London. Routledge.

Felluga, D. F. (2015). *Critical Theory. The Key Concepts*. New York. Routledge.

- FIBS ry (2019). Yritysvastuututkimus 2019. *FIBS ry*.
- Fisher, M. (2009). Capitalist realism. Is there no alternative? UK. Zero Books.
- Flyverbom, M., Deibert, R. & Matten, D. (2017). The Governance of Digital Technology, Big Data, and the Internet: New Roles and Responsibilities for Business. *Business & Society*, 58(1), 3-19. doi.org/10.1177/0007650317727540.
- Foroohar, R. (2018). Year in a Word: Techlash. Financial Times. Haettu 8.1.2021 (<https://www.ft.com/content/76578fba-fca1-11e8-ac00-57a2a826423e>).
- Frankental, P. (2001). Corporate social responsibility - a PR invention? *Corporate Communications*, 6(1), 18-23. doi.org/10.1108/13563280110381170.
- Freundlib, D. (2000). Rethinking Critical Theory: Weaknesses and New Directions. *Constellations*, (7) 1, 80-99.
- Fuchs, C. (2013). Digital Labour and Karl Marx. New York. Routledge.
- Ghaffary, S. & Del Rey, J. (2020). The Big Tech antitrust report has one big conclusion: Amazon, Apple, Facebook, and Google are anti-competitive. *Vox*. Haettu 28.12.2020 (<https://www.vox.com/recode/2020/10/6/21505027/congress-big-tech-antitrust-report-facebook-google-amazon-apple-mark-zuckerberg-jeff-bezos-tim-cook>).
- Gidaris, C. (2019). Surveillance Capitalism, Datafication, and Unwaged Labour: The Rise of Wearable Fitness Devices and Interactive Life Insurance. *Surveillance & Society*, 17(1/2), 132-138. doi.org/10.24908/ss.v17i1/2.12913.
- Gilbert, J. (2013). What kind of a thing is 'neoliberalism'? *new formations: a journal of culture/theory/politics*, 80, 7-22.
- Hack, L., Kenyon, A. J., & Wood, E. H. (2014). A critical corporate social responsibility (CSR) timeline: How should it be understood now. *International Journal of Management Cases*, 16(4), 46-55.
- Hacking, I. (1999). The Social Construction of What? Cambridge. Harvard University Press.
- Haggart, B. (2019). Evaluating scholarship, or why I won't be teaching Shoshana Zuboff's The Age of Surveillance Capitalism. Blayne Haggart's Orangespace. Haettu 4.12.2020 (<https://blaynehaggart.com/2019/02/15/evaluating-scholarship-or-why-i-wont-be-teaching-shoshana-zuboffs-the-age-of-surveillance-capitalism/>).
- Hanlon, G. (2008). Rethinking Corporate Social Responsibility and the role of the firm - on the denial of politics. Teoksessa A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon & D. Siegel (toim.) *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. (156-172). New York. Oxford University Press.
- Harvey, D. (1990) Critical Theory. *Sociological Perspectives*, 33 (1), 1-10.
- Held, D. (2013) Introduction to Critical Theory. Great Britain. Athenaeum Press Ltd.
- Hernández-Ramírez, R. (2019). On False Augmented Agency and What Surveillance Capitalism and User-Centered Design Have to Do With It. *CITAR Journal*, 11(2), 18-27. doi.org/10.7559/citarj.v11i2.667.
- Horkheimer, M. & Adorno, T. W. (2008). Valistuksen dialektiikka. Filosofisia sirpaleita. Suomentanut Veikko Pietilä. Tampere. Vastapaino. Saksankielinen alkuteos 1944.

- Horkheimer, M. (1972). *Critical Theory. Selected Essays*. Englanniksi kääntänyt Michael Connell. New York. Continuum. Saksankielinen alkuteos 1968.
- Horkheimer, M. (2008). Välineellisen järjen kritiikki. Suomentaneet Olli-Pekka Moisio ja Veikko Pietilä. Tampere. Vastapaino. Saksankielinen alkuteos 1947.
- Humphreys, M. & Brown, A. (2008). An analysis of corporate social responsibility at credit line: A narrative approach. *Journal of Business Ethics*, 80(1), 403-418. doi.org/10.1007/s10551-007-9426-0.
- Idowu, S. (2012). Corporate Social Responsibility: A Capitalist Ideology? *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 1(3), 239-254.
- Johnson, P. & Duberley, J. (2003). *Understanding Management Research*. London. Sage.
- Jokinen, A. & Juhila, K. (2016). Diskurssianalyttisen tutkimuksen kartta. Teoksessa A. Jokinen, K. Juhila & E. Suoninen (toim.) *Diskurssianalyysi. Teoriat, peruskäsitteet ja käyttö*. (267-310). Tampere. Vastapaino.
- Jokinen, A. (2016). Diskurssianalyysin suhde sukulaistraditioihin. Teoksessa A. Jokinen, K. Juhila & E. Suoninen (toim.) *Diskurssianalyysi. Teoriat, peruskäsitteet ja käyttö*. (249-266). Tampere. Vastapaino.
- Jokinen, A., Juhila, K., & Suoninen, E. (2016). Diskurssianalyysi. Teoriat, peruskäsitteet ja käyttö. Tampere. Vastapaino.
- Juhila, K. (2016). Tutkijan positiot. Teoksessa A. Jokinen, K. Juhila & E. Suoninen (toim.) *Diskurssianalyysi. Teoriat, peruskäsitteet ja käyttö*. (411-439). Tampere. Vastapaino.
- Järvensivu, P. (2010) Neljä tapaa reagoida talouspuheeseen. *Degrowth.fi-blogi*. Haettu 3.1.2021 (<http://www.degrowth.fi/2010/06/nelja-tapaa-reagoida-talouspuheeseen.html>).
- Kalonaityte, V. (2018). When rivers go to court: The Anthropocen in organization studies through the lens of Jacques Ranciere. *Organization*, 25(4), 517-532. doi.org/10.1177/1350508418775830.
- Kellner, D. (2017). Andrew Feenberg, Critical Theory, and the Critique of Technology. Teoksessa D. P. Arnold (toim.) *Critical Theory and the Thought of Andrew Feenberg*. (263-282). New York. Palgrave MacMillan.
- Kiviranta, V. (2014). Big data – talouskasvua vai valvontaa? Yle Uutiset. Haettu 6.1.2021 (<https://yle.fi/uutiset/3-7459985>).
- Kivotidis, D. (2021). Break or Continuity? Friedrich Engels and the Critique of Digital Surveillance. *triple C*, 19 (1), 97-112.
- Kleinman, J. (2018). Google Knows Even More About Your Private Life Than Facebook. *Lifehacker*. Haettu 4.1.2021 (<https://lifehacker.com/google-knows-even-more-about-you-than-facebook-1825508058>).
- Korten, D. C. (1999). *The Post-corporate World: Life After Capitalism*. San Francisco. Berrett-Koehler Publishers.
- Kuhn, Timothy & Deetz, S. (2008). Critical Theory and Corporate Social Responsibility: Can/Should We Get Beyond Cynical Reasoning? Teoksessa A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon & D. Siegel (toim.) *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. (173-196). New York. Oxford University Press.

Kurucz, E., Colbert, B. & Wheeler, D. (2008). The Business Case for Corporate Social Responsibility. Teoksessa A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon & D. Siegel (toim.) *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. (83-112). New York. Oxford University Press.

Lapowski, I. (2019). How Cambridge Analytica Sparked The Great Privacy Awakening. Wired. Haettu 10.1.2021 (<https://www.wired.com/story/cambridge-analytica-facebook-privacy-awakening/>).

Lehti, L., Haapanen, L., & Kääntä, L. (2018). Diskurssintutkimus - monitieteinen ja monimenetelmäinen ala. Teoksessa L. Lehti, L. Haapanen & L. Kääntä (toim.) *Diskurssintutkimuksen menetelmistä. On the methods in discourse studies*. (4-19). Jyväskylä. AFinLA-e.

Levin, S. (2017). Facebook told advertisers it can identify teens feeling 'insecure' and 'worthless'. The Guardian. Haettu 10.1.2021 (<https://www.theguardian.com/technology/2017/may/01/facebook-advertising-data-insecure-teens>).

Lintula, P. (2010). Jääkö kriittinen ääni tutkijoiden kammioihin? *Liiketaloustieteellinen aikakauskirja*, 4/2010, 418-439. http://lta.lib.aalto.fi/2010/4/lta_2010_04_a7.pdf.

Locke, T. (2004). Critical Discourse Analysis. London. Continuum.

Malin, V. Aaltio, I. & Takala, T. (2010). Organisaatioiden ja johtamisen kriittinen tutkimus. *Liiketaloustieteellinen aikakauskirja*, 4/2010, 327-334. http://lta.lib.aalto.fi/2010/4/lta_2010_04_foreword.pdf.

Marx, K. (1974). Pääoma. Kansantaloustieteen arvostelua. 1 osa. Neuvostoliitto. Kustannusliike Edistys.

Mayer-Schönberger, V. & Cukier, K. (2013). Big Data. A revolution that will transform how we live, work, and think. New York. Houghton Mifflin Harcourt Publishing Company.

Melé, D. (2008). Corporate Social Responsibility Theories. Teoksessa A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon & D. Siegel (toim.) *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. (47-82). New York. Oxford University Press.

Melin, H. (2020). Kuka tietää, kuka päättää ja kuka päättää, kuka päättää? *Tiede ja edistys*, 1/2020. 75-81.

Metsämuuronen, J. (2006). Laadullisen tutkimuksen perusteet. Teoksessa J. Metsämuuronen (toim.) *Laadullisen tutkimuksen käsikirja*. (81-145). Jyväskylä. Gummerus.

Moisio, O-P. & Huttunen, R. (1999). Totuuden ja oikean elämän kaipuu. Max Horkheimerin perustus Frankfurtin koulun kriittiselle teorialle. Teoksessa O-P. Moisio (toim.) *Kritiikin lupaus. Näkökulmia Frankfurtin koulun kriittiseen teoriaan*. (9-43). Jyväskylä. Jyväskylän yliopistopaino.

Molla, R. (2020). As Covid-19 surges, the world's biggest tech companies report staggering profits. *Vox*. Haettu 4.1.2021 (<https://www.vox.com/recode/2020/10/30/21541699/big-tech-google-facebook-amazon-apple-coronavirus-profits>).

Mäntylä, J. (2021). Analyysi: Törkytehdas-Parler on suljettu – ja samalla digijättien valta näkyy paljaampana kuin koskaan aiemmin. *Yle Uutiset*. Haettu 12.1.2021 (<https://yle.fi/uutiset/3-11731128>)

- Nield, D. (2019). All the Ways Google Tracks You - and How To Stop It. *Wired*. Haettu 5.1.2021 (<https://www.wired.com/story/google-tracks-you-privacy/>).
- Nield, D. (2020). All the Ways Facebook Tracks You - and How to Limit It. *Wired*. Haettu 5.1.2021 (<https://www.wired.com/story/ways-facebook-tracks-you-limit-it/>).
- Niiniluoto, I. (1997). Johdatus tieteenfilosofiaan. Käsitteen- ja teorianmuodostus. Keuruu. Otava.
- Nord, W.R & Jermier, J. M (1999). Critical Social Science for Managers? Promising and Perverse Possibilities. Teoksessa M. Alvesson, & H. Willmott (toim.) *Critical Management Studies*. (202-222). London. SAGE Publications.
- Nunez, M. (2016). Facebook's Fight Against Fake News Was Undercut by Fear of Conservative Backlash. *Gizmodo*. Haettu 10.1.2021 (<https://gizmodo.com/facebooks-fight-against-fake-news-was-undercut-by-fear-1788808204>).
- Oittinen, V. (2018). Marx ja moderni. Helsinki. Eurooppalaisen filosofian seura ry.
- Onkila, T. & Siltaoja, M. (2010). Monologista dialogia? Kriittinen diskurssianalyysi yritysten toimija-aseman rakentumisesta yritysvastuuraporteissa. *Liiketaloustieteellinen aikakauskirja*, 4/2010. 352-368. http://lta.lib.aalto.fi/2010/4/lta_2010_04_a3.pdf.
- Onkila, T. (2009). Environmental Rhetoric in Finnish Business. Environmental Values and Stakeholder Relations in the Corporate Argumentation of Acceptable Environmental Management. Väitöskirja. Jyväskylän yliopisto. <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/19889>.
- Ortamo, S. (2020) Yhdysvaltain kongressi: Amazon, Apple, Google ja Facebook hyötyvät koronaepidemiasta – komitea grillasi jättiyrityöiden johtajia. Yle Uutiset. Haettu 6.1.2021 (<https://yle.fi/uutiset/3-11470861>).
- Pandey, E. (2019) How Amazon will take over your house. *Axios*. Haettu 28.12.2020 (<https://www.axios.com/amazon-echo-alexa-ring-smart-home-surveillance-15323060-972f-46e5-8aa0-b3506249a7b0.html>).
- Payne, S. & Bradshaw, T. (2020) Tech companies face multibillion-pound UK fines over harmful content. *The Financial Times*. Haettu 30.12.2020 (<https://www.ft.com/content/e940f98c-40e1-406f-8751-1b4daa6a28af>).
- Peña, M. (2016). American Mythologies. Semiological Sketches. Routledge. New York.
- Pietikäinen, S. & Mäntynen, A. (2009). Kurssi kohti diskurssia. Tampere. Vastapaino.
- Pietikäinen, S. & Mäntynen, A. (2019). Uusi kurssi kohti diskurssia. Tampere. Vastapaino.
- Purokuru, P. & Lahtinen, V. (2020). Mikä liberalismia vaivaa? Helsinki. Kosmos.
- Pynnönen, A. (2013). Diskurssianalyysi: Tapa tutkia, tulkita ja olla kriittinen. 379/2013. Jyväskylä. Jyväskylän yliopisto.
- Remes, L. (2006). Diskurssianalyysin perusteet. Teoksessa J. Metsämuuronen (toim.) *Laadullisen tutkimuksen käsikirja*. (288-373). Jyväskylä. Gummerus.
- Ron, A. & Singer, A. (2019) Democracy, corruption, and the ethics of business lobbying. *Interest Groups & Advocacy*.
- Sax, M. (2016). Big data: Finders keepers, losers weepers? *Ethics and Information Technology*, 18(1), 25-31. doi.org/10.1007/s10676-016-9394-0.

- Schwartz, B. (2020). Big Tech spends over \$20 million on lobbying in first half of 2020, including on coronavirus legislation. *CNBC News*. Haettu 2.1.2021 (<https://www.cnbc.com/2020/07/31/big-tech-spends-20-million-on-lobbying-including-on-coronavirus-bills.html>).
- Shahin, S. & Zheng, P. (2018). Big Data and the Illusion of Choice: Comparing the Evolution of India's Aadhaar and China's Social Credit System as Technosocial Discourses. *Social Science Computer Review*
- Sirkkunen, E. (2016). Yksityisyys valvonnan verkoissa. *Media & viestintä*, 39(2), 117-136.
- Smulewicz-Zucker, G. (2017). The Frankfurt School and the Critique of Instrumental Reason. Teoksessa M. J. Thompson (toim.) *The Palgrave Handbook of Critical Theory*. (185-206). New York. Palgrave MacMillan.
- Soisalon-Soininen, J. (2019). Kuka saa vaaleissa päättää, miten kansa äänestää? Tiedon valta on kasvanut niin suureksi, että vapaus on rikki. *The Ulkopolitist*. Haettu 26.9.2020 (<https://www.ulkopolitist.fi/2019/03/31/kuka-saa-vaaleissa-paattaa-miten-kansa-aanestaa-tiedon-valta-on-kasvanut-niin-suureksi-etta-vapaus-on-rikki/>).
- Solla, K. & Nieminen, J. (2020). Digitreenit: Jätät aina verkkoon jälkiä – näillä 9 keinolla karsit niitä. Haettu 7.1.2021 (<https://yle.fi/aihe/artikkeli/2020/01/28/digitreenit-jatat-aina-verkkoon-jalkia-nailla-9-keinolla-karsit-niita>).
- Stahl, T. (2013). What is Immanent Critique? *SSRN Working Papers*. doi: 10.2139/ssrn.2357957.
- STT-Yle (2020). Facebookia syytetään kilpailulain rikkomisesta ja valta-aseman väärinkäytöksestä Yhdysvalloissa – Instagram ja WhatsApp halutaan irrottaa emoyhtiöstä. *Yle Uutiset*. Haettu 4.1.2021 (<https://yle.fi/uutiset/3-11690040>).
- Terranova, T. (2012). Attention, economy and the brain. *Culture Machine*, 13, 1-19.
- Thompson, M. J. (2017). Introduction: What Is Critical Theory? Teoksessa M. J. Thompson (toim.) *The Palgrave Handbook of Critical Theory*. (1-14). New York. Palgrave MacMillan.
- Trittin-Ulbrich, H., Scherer, A., Munro, I. & Whelan, G. (2020). Exploring the dark and unexpected sides of digitalization: Toward a critical agenda. *Organization*.
- Turow, J. (2011). *The Daily You: How the New Advertising Industry Is Defining Your Identity and Your Worth*. London. Yale University Press.
- Vahvanen, P. (2018). Kone kaikkivaltias. Kuinka digitalisaatio tuhoaa kaiken meille arvokkaan. Jyväskylä. Atena.
- Valtiovarainministeriö (2020) Digitalisaation edistämisen ohjelma 2020-2023. Toimintasuunnitelma 2020. Haettu 4.1.2021 (<https://vm.fi/digitalisaation-edistamisen-ohjelma>).
- van Oosterhout, J. & Heugens, P. (2008). Much Ado About Nothing. A Conceptual Critique of Corporate Social Responsibility. Teoksessa A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon & D. Siegel (toim.) *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. (197-223). New York. Oxford University Press.
- Varghese, S. (2019). Pokémon Go was a warning about the rise of surveillance capitalism. *Wired*. Haettu 28.12.2020 (<https://www.wired.co.uk/article/the-age-of-surveillance-capitalism-facebook-shoshana-zuboff>).

- Vitalis, A. (2016). *The Uncertain Digital Revolution*. New Jersey. Wiley and Sons.
- Wallerstein, I. (1995). *After Liberalism*. New York. Verso.
- Wickert, C. & Risi, D. (2019). *Corporate Social Responsibility*. Cambridge. Cambridge University Press.
- Wong, J. C. (2019). The Cambridge Analytica Scandal Changed the World But It Didn't Change Facebook. *The Guardian*. Haettu 5.1.2021 (<https://www.theguardian.com/technology/2019/mar/17/the-cambridge-analytica-scandal-changed-the-world-but-it-didnt-change-facebook>).
- Yeung, K. (2016). Hypernudge: Big Data as a mode of regulation by design. *Information Communication & Society*, 20(1), 118-136. doi.org/10.1080/1369118X.2016.1186713.
- Žižek, S. (2008a). *Violence*. New York. Picador.
- Žižek, S. (2008b). *The Sublime Object of Ideology*. London. Verso.
- Žižek, S. (2009). *First as a Tragedy, Then as a Farce*. London. Verso.
- Zuboff, S. & Maxmin, J. (2002). *The Support Economy: Why Corporations Are Failing Individuals and the Next Episode of Capitalism*. New York. Viking Press.
- Zuboff, S. (1988). *In the Age Of the Smart Machine: The Future Of Work And Power*. New York. Basic Books.
- Zuboff, S. (2015). Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. *Journal of Information Technology*, 30(1), 75-89. doi.org/10.1057/jit.2015.5.
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism. The Fight for a Human Future at The New Frontier of Power*. New York. PublicAffairs.
- Zuckerberg, M. (2020). Testimony of Mark Zuckerberg, Facebook, Inc, July 29th 2020. Hearing before the United States House of Representatives. Haettu 3.1.2021 (<https://docs.house.gov/meetings/JU/JU05/20200729/110883/HHRG-116-JU05-Wstate-ZuckerbergM-20200729.pdf>).
- Zwitter, A. (2014). Big Data ethics. *Big Data & Society*. doi.org/10.1177/2053951714559253

Aineistolähteet (haettu 10.11.2020)

- Romm 15.3.2019 (ROMM-15-03-19) Washington Post “Facebook, Google and other tech giants are about to face a ‘reckoning,’ state attorneys general warn”
<https://www.washingtonpost.com/technology/2019/03/15/facebook-google-other-big-tech-giants-are-about-face-reckoning-state-attorneys-general-warn/>
- Epstein 22.3.2019 (EPST-23-03-19) USA Today ” Google, Facebook, Amazon: Warren's toothless break-up plan ignores real Big Tech threats”
<https://eu.usatoday.com/story/opinion/2019/03/22/elizabeth-warren-plan-misses-dangers-facebook-amazon-google-surveillance-column/3205451002/>
- Romm 2.6.2019 (ROMM-02-06-19) Washington Post “Amazon could face heightened antitrust scrutiny under a new agreement between U.S. regulators“

<https://www.washingtonpost.com/technology/2019/06/02/amazon-could-face-heightened-antitrust-scrutiny-under-new-agreement-between-us-regulators/>

King 3.6.2019 (KING-03-06-19) USA Today “The era of self-regulation is over: Congress launches antitrust probe into Google, Facebook”

<https://eu.usatoday.com/story/news/politics/2019/06/03/google-facebook-others-big-tech-face-congressional-antitrust-probe/1334586001/>

Associated Press 11.6.2019 (ASSO-11-06-19) USA Today “Google, Facebook, Amazon dominate the tech industry. Now, a House panel is putting them on trial”

<https://eu.usatoday.com/story/money/2019/06/11/google-facebook-amazon-trial-house-panel-begins-investigation/1420450001/>

Romm, ym. 23.7.2019 (ROMM-23-07-19) Washington Post “Justice Department announces broad antitrust review of Big Tech”

<https://www.washingtonpost.com/technology/2019/07/23/justice-department-announces-antitrust-review-big-tech-threatening-facebook-google-with-more-scrutiny/>

Robb 14.8.2019 (ROBB-14-08-19) USA Today “Break up Google, Facebook and Amazon? Smaller companies will do the same: Today's talker”

<https://eu.usatoday.com/story/opinion/2019/08/14/big-tech-breakup-google-amazon-facebook-data-privacy-talker/2008358001/>

Snider 6.9.2019 (SNID-06-09-19) USA Today “State attorneys general teaming up on antitrust probes of Facebook and Google”

<https://eu.usatoday.com/story/tech/2019/09/06/facebook-google-facing-antitrust-probes-state-attorneys-general/2230677001/>

Romm 8.11.2019 (ROMM-08-11-19) Washington Post “DOJ issues new warning to big tech: Data and privacy could be competition concerns”

<https://www.washingtonpost.com/technology/2019/11/08/doj-issues-latest-warning-big-tech-data-privacy-could-be-competition-concerns/>

Romm 11.2.2020 (ROMM-11-02-20) Washington Post “FTC will review past mergers by Facebook, Google and other Big Tech companies”

<https://www.washingtonpost.com/technology/2020/02/11/ftc-will-review-past-mergers-by-facebook-google-other-big-tech-companies/>

Romm 20.2.2020 (ROMM-20-02-20) Washington Post “Attorney General Barr blasts Big Tech, raising prospect that firms could be held liable for dangerous, viral content online”

<https://www.washingtonpost.com/technology/2020/02/19/attorney-general-barr-blasts-big-tech-questioning-its-protection-liability-content/>

Romm 12.5.2020 (ROMM-12-05-20) Washington Post “Facebook is quietly helping to set up a new pro-tech advocacy group to battle Washington”

<https://www.washingtonpost.com/technology/2020/05/12/facebook-lobbying-american-edge/>

Romm 10.6.2020 (ROMM-10-06-20) Washington Post “Amazon, Facebook and Google turn to deep network of political allies to battle back antitrust probes”

<https://www.washingtonpost.com/technology/2020/06/10/amazon-facebook-google-political-allies-antitrust/>

Brown 25.7.2020 (BROW-25-07-20) USA Today “Anti-trust hearing with Amazon, Apple, Facebook and Google CEOs set for Wednesday”

<https://eu.usatoday.com/story/tech/2020/07/25/amazon-apple-facebook-google-antitrust-hearing-set-wednesday/5510346002/>

Romm 27.7.2020 (ROMM-27-07-20) Washington Post “Congress has battled airlines, banks, tobacco and baseball. Now it’s preparing to clash with Big Tech”
<https://www.washingtonpost.com/technology/2020/07/27/congress-tech-hearing/>

Gordon 28.7.2020 (GORD-28-07-20) USA Today “Big Tech's CEOs to testify before Congress in competition probe” <https://eu.usatoday.com/story/tech/2020/07/28/bezos-cook-pichai-zuckerberg-testify-congress-competition/5532118002/>

Greene ym. 28.7.2020 (GREE-28-07-20) Washington Post “Big tech executives tout consumer benefits ahead of House hearing”
<https://www.washingtonpost.com/technology/2020/07/28/bezos-antitrust-congressional-testimony/>

Associated Press 29.7.2020 (ASSO-29-07-20) USA Today “Tech CEOs from Amazon, Apple, Google and Facebook grilled by Congress on competition”
<https://eu.usatoday.com/story/tech/2020/07/29/ceos-amazon-apple-facebook-google-grilled-lawmakers/5538410002/>

Kelly 29.7.2020 (KELL-29-07-20) Washington Post “Five things to watch for at landmark tech antitrust hearing” <https://www.washingtonpost.com/technology/2020/07/29/five-things-antitrust-hearing/>

Tellado 29.7.2020 (TELL-29-07-20) USA Today “Biased Big Tech algorithms limit our lives and choices. Stop the online discrimination.”
<https://eu.usatoday.com/story/opinion/2020/07/29/big-tech-abuses-consumers-stop-online-discrimination-column/5525703002/>

McLaughlin & Brody 29.7.2020 (MCLAA-29-07-20) Washington Post “U.S. Tech Giants Under Fire Over Market Power From House Panel”
https://www.washingtonpost.com/business/on-small-business/us-tech-giants-under-fire-over-market-power-from-house-panel/2020/07/29/e62d1efa-d1bf-11ea-826b-cc394d824e35_story.html

McLaughlin & Brody 29.7.2020 (MCLAB-29-07-20) Washington Post “Big Tech CEOs Endure Hours of Withering Questions From Congress”
https://www.washingtonpost.com/business/on-small-business/big-tech-ceos-endure-hours-of-withering-questions-from-congress/2020/07/29/404522e4-d1fb-11ea-826b-cc394d824e35_story.html

Romm 30.7.2020 (ROMM-30-07-20) Washington Post “Amazon, Apple, Facebook and Google grilled on Capitol Hill over their market power”
<https://www.washingtonpost.com/technology/2020/07/29/apple-google-facebook-amazon-congress-hearing/>

Kelly 30.7.2020 (KELL-30-07-20) Washington Post “The biggest takeaways from the big-tech antitrust hearing” <https://www.washingtonpost.com/technology/2020/07/29/big-tech-antitrust-hearing-takeaways/>

Pearlstein 30.7.2020 (PEAR-30-07-20) Washington Post “Beating up on Big Tech is fun and easy. Restraining it will require rewriting the law.”
<https://www.washingtonpost.com/business/2020/07/30/antitrust-amazon-apple-facebook-google/>

- Lerman ym. 30.7.2020 (LERM-30-07-20) Washington Post “Big Tech is worth even more the day after congressional grilling”
<https://www.washingtonpost.com/technology/2020/07/30/amazon-apple-facebook-google-earnings/>
- Graham 1.8.2020 (GRAH-01-08-20) USA Today “Apple's Tim Cook had the best week in tech” <https://eu.usatoday.com/story/tech/2020/08/01/apples-tim-cook-had-best-week-tech-followed-amazons-bezos/5551518002/>
- Teachout 1.8.2020 (TEAC-01-08-20) Washington Post “How the legal fight against big tech is like the fight against organized crime. Companies’ individual offenses are a problem. The systematic coercion is worse.”
<https://www.washingtonpost.com/outlook/2020/08/01/antitrust-hearings-facebook-amazon-organized-crime/>
- Snider 2.8.2020 (SNID-02-08-20) USA Today “Congress and technology: Do lawmakers understand Google and Facebook enough to regulate them?”
<https://eu.usatoday.com/story/tech/2020/08/02/google-facebook-and-amazon-too-technical-congress-regulate/5547091002/>
- Lachapelle 5.8.2020 (LACH-05-08-20) Washington Post “100-Year-Old Antitrust Laws Are No Match for Big Tech” https://www.washingtonpost.com/business/100-year-old-antitrust-laws-are-no-match-for-big-tech/2020/08/04/24c14e50-d64a-11ea-a788-2ce86ce81129_story.html
- Gordon 23.9.2020 (GORD-23-09-20) USA Today “Trump administration moves toward antitrust action against Google” <https://eu.usatoday.com/story/tech/2020/09/23/trump-administrations-google-antitrust-action/3511385001/>
- Snider 6.10.2020 (SNID-06-10-20) USA Today “Facebook, Amazon, Google and Apple refute House Judiciary report suggesting Big Tech restraints”
<https://eu.usatoday.com/story/tech/2020/10/06/facebook-amazon-google-apple-counter-calls-tougher-regulations/5904457002/>
- Knox 8.10.2020 (KNOX-08-10-20) Washington Post “Congress’s big tech report shows why antitrust history is so important”
<https://www.washingtonpost.com/outlook/2020/10/08/congress-big-tech-anti-trust/>
- Guynn 27.10.2020 (GUYN-27-10-20) USA Today “Facebook's Mark Zuckerberg calls for Section 230 reform, 'Congress should update the law'”
<https://eu.usatoday.com/story/tech/2020/10/27/facebook-ceo-mark-zuckerberg-calls-congress-reform-section-230/3754266001/>
- Wichowski 29.10.2020 (WICH-29-10-20) Washington Post “The U.S. can’t regulate Big Tech companies when they act like nations”
<https://www.washingtonpost.com/outlook/2020/10/29/antitrust-big-tech-net-states/>